



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Calidad de servicio y satisfacción del usuario externo  
en el Instituto Nacional de Oftalmología  
“Dr. Francisco Contreras Campos” Lima 2016

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Gestión Pública

**AUTOR:**

Br. Figueroa Bojórquez Gloria Asunción

**ASESOR:**

Dr. Sebastián Sánchez Díaz

**SECCIÓN**

Ciencias Empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Administración del Talento Humano

**PERÚ - 2018**

## **Página del Jurado**

Dra. Luzmila Garro Aburto  
Presidente

Dr. Hugo Lorenzo Agüero Alva  
Secretario

Dr. Sebastián Sánchez Díaz  
Vocal

## **Dedicatoria**

A

Carlos Manuel:

Por ese optimismo, que me impulso siempre a seguir adelante con mi maestría y por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

### **Agradecimiento**

A la universidad César Vallejo, que me acogió en sus aulas.

A mis profesores, por las oportunas orientaciones en mi maestría.

A mis mejores Amigas Rosita y Lili.

A cada uno de mis compañeros del Aula 303, por compartir sus inquietudes, apoyo y muestras de afecto durante el tiempo que hemos permanecido juntos.

A mis compañeros de trabajo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, que me apoyaron con mi Maestría en Gestión Pública.

### **Declaratoria de autoría**

Yo, Gloria Asunción Figueroa Bojorquez, estudiante de la Escuela de Postgrado, Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima; declaro el trabajo académico titulado Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario externo en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima -2016, presentada, en 115 folios para la obtención del grado académico de Magister en Gestión Pública, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, diciembre del 2016

---

Gloria Asunción Figueroa Bojorquez

DNI: 06934355

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario Externo en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, con la finalidad de determinar la relación que existe entre la Calidad de servicio y la Satisfacción del usuario externo en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016 en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado de Magister en Gestión Pública.

La información se ha estructurado en ocho capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido por la universidad. En el capítulo I, se ha considerado la introducción de la investigación. En el capítulo II, se registra el marco metodológico. En el capítulo III, se considera los resultados a partir del procesamiento de la información recogida. En el capítulo IV se considera la discusión de los resultados. En el capítulo V se considera las conclusiones. En el capítulo VI las recomendaciones. En el capítulo VII, las referencias bibliográficas. En el capítulo VIII, nexos de la investigación.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación, quedo a su disposición.

La autora

## Lista de contenidos

	Página
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autoría	v
Presentación	vi
Lista de contenidos	vii
Resumen	xii
Abstract	xiii
 <b>I. Introducción</b>	 <b>14</b>
1.1 Antecedentes	16
1.2 Fundamentación científica, técnica o humanista	22
1.3 Justificación	36
1.4 Problema	37
1.5 Hipótesis	40
1.6 Objetivos	41
 <b>II. Marco Metodológico</b>	 <b>43</b>
2.1 Variables	44
2.2 Operacionalización de variable	46
2.3 Metodología	49
2.4 Tipo de Estudio	49
2.5. Diseño	50
2.6 Población, Muestra y Muestreo	51
2.7 Técnicas de instrumento de recolección de datos	52
2.8 Métodos de Análisis de datos.	58
 <b>III. Resultados</b>	 <b>61</b>
<b>IV. Discusión</b>	<b>77</b>
<b>V. Conclusiones</b>	<b>79</b>
<b>VI. Recomendaciones</b>	<b>81</b>
<b>VII. Referencias</b>	<b>84</b>

<b>VIII. Anexos</b>	<b>89</b>
Anexo A: Artículo Científico	90
Anexo B: Matriz de Consistencia	102
Anexo C: Instrumento de la primera y segunda variable	105
Anexo D: Ficha Técnica de cada Instrumento	107
Anexo E: Certificado de Validación	109
Anexo F: Carta de Autorización de la Aplicación de los Instrumentos	111
Anexo G: Base de Datos de Ambas Variables	112



## Lista de tablas

	Página
Tabla 1. Operacionalizacion de la variable calidad de servicio	46
Tabla 2. Operacionalizacion de la variable satisfacción del usuario	48
Tabla 3. Validez del cuestionario sobre Calidad de servicio	56
Tabla 4. Validez del cuestionario sobre Satisfacción del usuario	56
Tabla 5. Criterio de confiabilidad valores	57
Tabla 6. Estadísticos de fiabilidad	58
Tabla 7. Estadísticos de fiabilidad global	58
Tabla 8. Niveles de la Calidad de Servicio del Instituto Nacional de Oftalmología – Breña, Lima, 2016.	62
Tabla 9. Niveles de la fiabilidad Instituto Nacional de Oftalmología – Breña, Lima, 2016.	63
Tabla 10. Niveles de capacidad de respuesta Instituto Nacional de Oftalmología – Breña, Lima, 2016.	64
Tabla 11. Niveles de seguridad Instituto Nacional de Oftalmología – Breña, Lima, 2016.	65
Tabla 12. Niveles de empatía Instituto Nacional de Oftalmología – Breña, Lima, 2016.	66
Tabla 13. Niveles de empatía Instituto Nacional de Oftalmología – Breña, Lima, 2016.	67
Tabla 14. Niveles de satisfacción del usuario Instituto Nacional de Oftalmología – Breña, Lima, 2016.	68
Tabla 15. Niveles de rendimiento percibido Instituto Nacional de Oftalmología – Breña, Lima, 2016.	69
Tabla 16. Niveles de expectativas Instituto Nacional de Oftalmología – Breña, Lima, 2016.	70
Tabla 17. Correlaciones según Spearman de las variables la Calidad de Servicio y la satisfacción del Usuario Externo del INO, 2016.	71
Tabla 18. Correlaciones según Spearman de la dimensión Elementos Tangibles y satisfacción del usuario externo que acuden al Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.	72

Tabla 19. Correlaciones según Spearman de la Fiabilidad y satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.	73
Tabla 20. Correlaciones según Spearman de la Capacidad de Respuesta y satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.	74
Tabla 21. Correlaciones según Spearman de la Seguridad y satisfacción del usuario en el INO, 2016.	75
Tabla 22. Correlaciones según Spearman de la Empatía y satisfacción del usuario en el INO, 2016.	76

## Índice de figuras

	Página
Figura 1. Niveles de calidad de servicio	62
Figura 2. Niveles de la fiabilidad	63
Figura 3. Niveles capacidad de respuesta	64
Figura 4. Niveles de seguridad	65
Figura 5. Niveles de empatía	66
Figura 6. Niveles de elementos tangibles	67
Figura 7. Niveles de satisfacción del usuario	68
Figura 8. Niveles de rendimiento percibido	69
Figura 9. Niveles de expectativa	70

## Resumen

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo general determinar la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo, en el “Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

Metodológicamente el estudio corresponde al tipo de investigación básica, nivel correlacionar; enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal. La población fue de 217 usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016 la muestra fue de 80, y la técnica fue no probabilístico intencional. La técnica para la recolección de datos fue encuesta, y para la recolección de datos se utilizó cuestionarios de actitudes Likert para las dos variables estudiadas

El análisis de datos se realizó utilizando el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Versión 23.02 y la prueba de hipótesis se hizo mediante la correlación de Spearman.

Se llegó a la conclusión que la calidad de servicio tiene correlación directa y moderada ( $Rho = 0.518$ ) y significativa ( $p = 0.000 < 0,001$ ) con satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

**Palabras clave:** calidad de servicio, satisfacción del usuario, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles, rendimiento percibido, expectativas.

## **Abstract**

The present research work has as general objective to determine the quality of service and the satisfaction of the external user, in the "National Institute of Ophthalmology" Dr. Francisco Contreras Campos "Lima, 2016.

Methodologically the study corresponds to the type of basic research, correlation level; Quantitative approach, non-experimental, cross-sectional design. The population was 217 external users of the National Institute of Ophthalmology "Dr. Francisco Contreras Campos "the sample was 80, and the technique was non-probabilistic intentional. The technique for data collection was survey, and data collection was used Likert attitudes questionnaires for the two variables studied

Data analysis was performed using the statistical package SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Version 23.02 and the hypothesis test was done using the Spearman correlation.

It was concluded that the quality of service has direct and moderate correlation ( $Rho = 0.518$ ) and significant ( $p = 0.000 < 0.001$ ) with satisfaction of the external user of the National Institute of Ophthalmology "Dr. Francisco Contreras Campos "Lima, 2016.

Key words: quality of service, user satisfaction, reliability, responsiveness, security, empathy, tangible elements, perceived performance, expectations.

## **I. Introducción**

En nuestro país cada día se pone más énfasis en la calidad y principalmente en la calidad de servicio. Siendo la calidad algo intangible, es necesario orientar a toda la organización hacia la importancia que tiene; todos los esfuerzos que se realicen dentro de la misma, se verán reflejados en la satisfacción del usuario logrando muchas veces sobrepasar las expectativas y percepciones del mismo.

La evaluación que tiene el usuario acerca de la organización es el reflejo de la calidad interna que tiene el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, es decir de su talento humano.

En este trabajo se presentan los resultados de una investigación que tuvo como propósito mostrar evidencia de la existencia de una relación estrecha entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

El Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016 tiene como objetivo principal brindar servicios de salud oftalmológica de calidad, formar y desarrollar recursos humanos para la salud ocular, buscando alcanzar la satisfacción del usuario y del personal de la institución, así como el sentido de pertenencia de este último.

La población del Perú ha cambiado en los últimos 20 años en cuanto a la salud Ocular, según análisis de la salud ocular, para el año 2017, , la población infantil disminuirá en cuanto a la atención oftalmológica , aumentando la tasa de población económicamente activa incrementando también la tasa de jubilados y en nuestra visión en particular , aumento de problemas oftalmológicos relacionados a la edad , como son el aumento de cataratas , glaucoma , degeneración macular senil.

Durante el tiempo que he vendido laborado, en esta institución de gran prestigio con más de 70 años, de historia, hacen de nuestra institución una organización de salud con características muy especiales que han determinado la cultura de la organización.

La satisfacción del usuario externo es el indicador más utilizado y expresa un juicio de valor subjetivo de la atención recibida

Para asegurar la Calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo las instituciones de salud requieren establecer mecanismos de medición habitual de su calidad de servicio, que va ligado con la satisfacción del usuario.

Por ello esta investigación tiene como propósito diagnosticar la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario del instituto nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

## **1.1 Antecedentes**

Al realizar el presente trabajo de investigación se incluye los antecedentes nacionales e internacionales sobre las variables de calidad de servicio y satisfacción del usuario.

### **Antecedentes Internacionales**

Pinargote (2015) en su tesis de maestría titulada *Evaluación de la calidad de atención en el servicio de admisión del Hospital Francisco de Orellana y propuesta para su mejoramiento*, sustentada en la Universidad de Guayaquil, tipo de estudio explicativo y descriptivo, diseño de investigación no experimental, llegando a las siguientes conclusiones: a) No se oferta charlas educativas en sala de espera sobre el servicio de admisión, con debilidades en la promoción e imagen, desorganización; b) El horario de atención del servicio de admisión no satisface las necesidades de salud, largos tiempos de espera más de 30 minutos, se evidencia irrespeto de turnos reflejando deficientes estándares de calidad de atención; c) Problemas en la comunicación, paciencia, comprensión y trato por parte de los trabajadores de Salud con inadecuada atención preferencial, cierto grado de discriminación con impacto negativo en la atención con calidez; d) Necesidad de capacitación continua de los usuarios internos.



Del Salto (2014) en su tesis de maestría, titulada *Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del usuario que asiste a la consulta en el departamento médico del Instituto Nacional Mejía en el periodo 2012*, sustentada en la Universidad Central del Ecuador, tipo de estudio observacional con un diseño epidemiológico, analítico transversal con una población de 4822 usuarios potenciales de los cuales se toma una muestra representativa y aleatoria estratificada de 391 en el cual se obtiene las siguientes conclusiones: a) Los usuarios del departamento médico se encuentran satisfechos de la atención entre el 88,97 y el 94,36 % de toda la población del Instituto ; b) Más del 50% de los usuarios fueron atendidos sin Historia clínica; c) Se observó que previa a la atención médica no fueron tomados signos vitales en una proporción considerable de los usuarios atendidos (32%) ; d) No existe una adecuada información en pos consulta por parte del personal de Enfermería ; e) Alrededor del 98% de los usuarios consideran que el trato del médico es adecuado solo el 2% indica que el trato es de indiferencia ; f) El tiempo de espera en la pre consulta es adecuado (81%) sin embargo se debe mejorar a favor del usuario ; g) El 45% de los usuarios consideran que no siempre tienen las facilidades de permiso para acceder a la atención en el Departamento Médico.

Vargas (2013) en su tesis para optar el grado de Magister en Salud Pública realizó la investigación titulada *Estudio de satisfacción del Usuario Externo e Interno en los servicios de salud del Patronato Provincial de Pichincha*, sustentada en la Universidad San Francisco de Quito, su estudio de diseño descriptivo, analítico transversal, población de estudio usuarios internos (1101) y usuarios externos escogidos aleatoriamente y que acudieron a recibir asistencia en los 12 servicios de salud (499) llegando a las siguientes conclusiones: (a) El nivel de satisfacción percibido del usuario interno y externo en las unidades de salud del Patronato Provincial de Pichincha , se encuentra en niveles altos, lo cual refleja la calidad de atención que brinda el Patronato a la población de la provincia de Pichincha, (b) Las variables agrupadas en los principios Enfoque al Cliente” y “Participación del personal” (ISO), dieron resultados estadísticamente significativos, (c) El presente estudio contribuirá a generar una base de datos específica sobre el desempeño de los servicios de salud y la satisfacción de los

usuarios internos y externos, para el seguimiento y evaluación de la calidad, (d) Es importante el mejoramiento de la infraestructura y equipamiento de los servicios para el usuario interno y externo, así como reforzar el área de capacitación a los usuarios internos y (e) Utilizar la acreditación de la norma ISO 9001-2008 como un instrumento que permita incentivar y reconocer los niveles de calidad de los servicios de salud del Patronato Provincial de Pichincha, en lo cual es importante fortalecer el enfoque al cliente y la participación del personal.

Benjamín (2013) en su tesis de Maestra en Salud Pública, titulada: *Percepción de la calidad en la atención de los usuarios externos del Hospital Central Managua "Dr. Cesar Amador Kuhl", del 15 de enero al 15 de febrero del 2013*, sustentada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, tipo de estudio descriptivo, muestra de 245 usuarios de consulta externa llegando a las siguientes conclusiones: a) En general el mayor porcentaje de usuarios manifestó sentirse satisfecho con las condiciones que brinda el servicio y que están dispuestos a recomendar este hospital como su clínica de preferencia. Lo cual nos indica que la calidad del servicio que se brinda en la Consulta Externa Privada del Hospital Central Managua, es Buena; b) Tienen una buena calidad de Recursos Humanos, ya que los usuarios, en un alto porcentaje, quisieran que la misma persona los atendiese si ellos vuelven a hacer uso de los servicios que brinda este hospital; d) La Calidad Técnica de los profesionales de salud que laboran para la institución tiene un alto nivel de resolución de los problemas de los usuarios.

### **Antecedentes Nacionales**

En relación a los antecedentes nacionales se ha podido analizar las variables relacionadas en las tesis que a continuación mencionaremos:

Veliz y Villanueva (2011) en su tesis de Magister en gerencia social titulada : *Calidad percibida por los usuarios externos e internos frente a los servicios que reciben en los centros de referencia para infecciones de transmisión sexual* (Certis ) de la disa II lima sur, sustentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, el estudio es de tipo exploratorio de corte transversal,

descriptivo, asimismo se aborda con un enfoque cuantitativo puesto que buscamos determinar la magnitud de la calidad percibida de los usuarios externos e internos a efectos de explorar las razones de sus respuestas, trabajo con una muestra calculada por cada tipo de informante haciendo un total de 153 entre usuarios externos de los Cerits (120), usuarios externos informantes (9) Población vulnerable no usuaria de los Cerits (12) usuarios internos de los Cerits (8) responsables de los Cerits (2) y responsables de calidad de las redes (2) llegando a las siguientes conclusiones :a) Los resultados de la investigación nos han permitido conocer la calidad percibida por los usuarios externos e internos de los Cerits de la disa II Lima sur , a través de la medición de sus expectativas y percepciones. La diferencia entre las expectativas generadas por los usuarios antes de recibir el servicio, y la percepción que obtienen del mismo una vez recibido, constituye la brecha de satisfacción o insatisfacción; b) Se ha tomado como referencia los diferentes atributos del Sistema de Gestión de la Calidad que el MINSA utiliza para evaluar el servicio brindado, siendo para usuarios externos: Respeto al Usuario, oportunidad, competencia profesional/eficacia, Información completa, accesibilidad, seguridad, satisfacción global y, para usuarios internos: Trabajo actual, interrelación con el jefe inmediato, oportunidades de progreso, remuneraciones e incentivos, interrelación con los compañeros de trabajo, ambiente de trabajo y Trabajo en general.

Suarez (2015) en su tesis para obtener el grado de Magister en Administración titulada: *El nivel de calidad de servicio de un centro de idiomas aplicando el modelo servqual caso: centro de idiomas de la Universidad Nacional del Callao Periodo 2011 – 2012*, sustentada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima-Perú. El tipo de estudio fue descriptivo, explicativo y mediante la implementación del modelo servqual se busca obtener una mejora reflejada en el nivel de calidad, Se cuenta con una muestra de 374 alumnos, y llego a las siguientes conclusiones: a) El modelo Servqual permite medir adecuadamente el nivel de calidad de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011 – 2012, b) Se determina que la fiabilidad incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas, lo cual se validó con la

correlación de Pearson al obtener un resultado de una asociación positiva significativa de 0,937 y una regresión lineal simple con residuos mínimos, c) La capacidad de respuesta incide en los procedimientos, pues se obtiene una asociación positiva significativa de 0,966 validada a través de la correlación de Pearson y una regresión lineal simple con residuos mínimos) Con respecto a la seguridad, se prueba su incidencia en el material del Ciunac a través de una asociación positiva de 0,944 y una regresión lineal simple con residuos mínimos f) Se establece que los elementos tangibles inciden en la infraestructura del Ciunac, pues se validó a través de la correlación de Pearson (0,942) y la obtención de una regresión lineal de residuos mínimos.

Arrué (2014) en su tesis para obtener el Grado Académico de Magister en Gestión Pública, titulada: *Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de Osiptel, Tesis de Maestría Universidad de Guayaquil Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014* sustentada en la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana José Torres Vásquez, tipo de investigación no experimental, descriptiva, transversal, con una muestra de 196 usuarios , llegando a las siguientes conclusiones : a) Con respecto a la calidad del servicio de atención a usuarios entrevistados la percepción se encuentra en el rango de satisfacción baja (62%), siendo una escala de calificación que podría considerarse como adecuado para el usuario pero no suficiente respecto al servicio recibido en todo el proceso en la oficina desconcentrada del Osiptel Loreto, b) Los resultados más resaltantes con respecto al sub indicador de instalaciones: Factor acceso: Es un atributo preponderante bien calificado, determinándose un alto grado de satisfacción (75%) de los usuarios que consideran muy fácil ubicar las instalaciones de la oficina desconcentrada del Osiptel Loreto, Factor comodidad: La percepción de los usuarios respecto al entorno físico dispuesto por la oficina desconcentrada del Osiptel Loreto para la atención de las consultas, tienen un alto (buen) grado de satisfacción (86%) cumpliendo con sus expectativas de comodidad, c) Los resultados más resaltantes con respecto al sub indicador de calidad profesional son: Factor de comprensión y dominio: El nivel de conocimientos respecto a los temas que son materia de consulta de los usuarios de la oficina desconcentrada

del OSIPTEL Loreto tienen un alto (buen) nivel de percepción (81%) para la dimensión de comprensión y dominio. Factor de claridad expositiva: Existe un alto (buen) nivel de la percepción (77%) del usuario respecto a la capacidad de comunicación del funcionario que atendió su consulta, es decir, que formuló su respuesta con claridad permitiendo el fácil entendimiento del usuario. Factor de tiempo de consulta: El 62 % de usuarios que asistieron a las atenciones personales en la oficina desconcentrada del Osiptel indicaron haber recibido una atención en el rango de 10 a 20 minutos. Existe un alto nivel de satisfacción (85%) de los usuarios con respecto al tiempo dedicado a la atención. Factor utilidad de la orientación: Existe un alto nivel de percepción (75%) del usuario respecto a la utilidad de la información brindada por el funcionario que atendió su consulta, lo cual confirma que la tarea que viene realizando el personal de la oficina desconcentrada del Osiptel es importante y reconocida por los usuarios.<sup>4</sup> Los resultados más resaltantes con respecto al sub indicador de calidad personal son los siguientes: Factor amabilidad: Existe un alto (buen) grado de satisfacción (72%) del usuario respecto al trato personal dispensado por el funcionario que atendió su consulta, es decir, lo satisfecho que se encuentra con el trato recibido. Factor dedicación/disposición: Existe un alto (buen) grado de satisfacción (71%) del usuario respecto a la diligencia del funcionario que atendió su consulta para la atención de ésta, es decir, el interés mostrado en el tema consultado, la disposición y el compromiso por parte del orientador para dar una respuesta apropiada.

Valera (21012), en su tesis titulada: *Percepción de la comunidad sobre la calidad del servicio de una institución educativa de ventanilla – callao*, para optar el grado de Maestro en Educación, sustentada en la Universidad San Ignacio de Loyola, tipo de estudio no experimental, diseño descriptivo simple, la muestra fue de 20 docentes y 30 padres de familia y 30 alumnos del nivel secundario, llegando a las siguientes conclusiones: a) Desde la percepción de la comunidad educativa, conformada por docentes, alumnos y padres de familia, la calidad del servicio educativo en educación secundaria de una institución educativa de Ventanilla es de nivel medio, b) La comunidad educativa, conformada por

docentes, alumnos y padres de familia perciben la calidad del servicio en educación secundaria en el área institucional de una institución educativa de Ventanilla, es de nivel medio, c) Los docentes, alumnos y padres de familia que conforman la comunidad educativa, perciben la calidad del servicio en educación secundaria en el área administrativa de una institución educativa, es de nivel medio. e) Desde la percepción de la comunidad educativa, conformada por docentes, alumnos y padres de familia, la calidad del servicio educativo en educación secundaria en el área pedagógica de una institución educativa de Ventanilla es de nivel medio. f) Desde la percepción de la comunidad educativa, conformada por docentes, alumnos y padres de familia, la calidad del servicio educativo en educación secundaria en el área comunitaria.

## **1.2 Fundamentación científica, técnica o humanista**

### **Importancia y características de la Calidad de servicio**

Berzelay (2010) manifestó:

El tema de la calidad desde hace muchos años atrás ha adquirido un gran protagonismo, tanto académico como práctico. La calidad está considerada tanto por las empresas industriales como de servicios, como un arma secreta para poder sobrevivir en el mercado, especialmente en entornos altamente competitivos. (p. 34)

Pero no solamente la calidad es, sino también es necesario analizar como este se va relacionando con otros conceptos importantes, es necesario realizar esfuerzos necesarios para poder convertirla en una fuente de ventaja competitiva.

Las primeras investigaciones sobre calidad centradas en la propia naturaleza de los servicios nos muestran conceptos de modelos de calidad de servicio analizando que es y cómo puede medirse. Poco a poco estas investigaciones van evolucionando hacia modelos más complejos, donde no solamente es importante la conceptualización de calidad de servicio, sino también analizar como esta se relaciona con otros conceptos, como la satisfacción del

cliente y sus intenciones futuras de comportamiento. La evolución sigue hasta llegar a evoluciones mucho más complejas.

Comisonn y Gonzales (2006) precisaron:

Esta evolución de la calidad de servicio, que se aprecia en el campo de las investigaciones, puede contrastarse también en las políticas y estrategias seguidas por las empresas. En un primer momento el objetivo principal de las empresas fue la calidad, luego sufrió un pequeño cambio de orientación que fue hacia la satisfacción del cliente. De modo que a nivel práctico el interés de muchos directivos es ofrecer, una calidad de servicio. (p. 21)

La calidad de servicio, según la Real Academia Española: Calidad proviene del Latín, *qualitas* y es “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo que permiten juzgar su valor”; Servicio, proviene del Latín *servium* Esclavitud, *Servidumbre* y es “organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada”.

La Escuela Norteamericana de Calidad de Servicio, se encuentra encabezada por los aportes realizados por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988) precisaron:

La calidad de servicio como un desajuste entre las expectativas previas al consumo del servicio y la percepción del servicio prestado y puede ser medida a partir de la diferencia entre ambos conceptos. Cuanto mayor sea la diferencia entre la percepción del servicio y las expectativas, mayor será la calidad. La Teoría de Parasuraman et al, sobre la calidad de servicio, especialmente en el área sanitaria es muy importante, como tema de investigación, porque nos acerca más al paciente, entender sus necesidades, tomando conocimiento de sus dimensiones, cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. (p. 59)

Escuela Norte europea o Nórdica, el Modelo de Calidad de Servicio de

Grönroos (1983, 1994) definió el modelo de imagen, planteando que la calidad de servicio es el resultado de integrar la calidad total en tres tipos de dimensiones: a) calidad técnica (qué se da); b) calidad funcional (cómo se da); c) imagen corporativa; en las que quedarán incluidos los atributos que pueden influir o condicionar la percepción que un sujeto tiene de un objeto, sea producto o servicio, siendo la imagen un elemento básico para medir la calidad percibida. Es decir, que relaciona la calidad con la imagen corporativa, de allí que la imagen sea un elemento básico para medir la calidad percibida. El modelo propuesto por Grönroos (1988) define y explica la calidad de servicio a la vez que asocia su gestión con las actividades propias del marketing y la relación de intercambio con un mercado de consumidores. Este modelo se ha usado como única referencia (Aldlaigan y Buttle, 2002) o en combinación con la escala SERVQUAL (Lassar, 2000).

El Modelo SERVPERF y otros relacionados Cronin y Taylor (1992) definieron:

El modelo alternativo SERVPERF basado en el desempeño, midiendo solamente las percepciones que tienen los consumidores acerca del rendimiento del servicio. Carman (1990) definió que la escala SERVQUAL no presentaba mucho apoyo teórico y evidencia empírica como punto de partida para medir la calidad de servicio percibida. (p. 22)

La escala SERVPERF produce como resultado un puntaje o calificación acumulada de la calidad general de un servicio, lo cual puede representarse mediante una gráfica relativa al tiempo y a subgrupos específicos de consumidores (segmentos demográficos). El modelo emplea los veintidós (22) puntos identificados por el método SERVPERF, simplificando el método de medición de la calidad del servicio. De esta manera, el modelo SERVPERF conforma más las implicaciones teóricas sobre las actitudes y satisfacción. Cronin y Taylor, que propusieron este modelo Alternativo a servqual, centra su atención en las personas, la creación de condiciones adecuadas, la motivación y destaca el rol gerencial en su desarrollo. Por eso, esta Teoría ha sido considerada como un modelo de tendencia humanista.



Modelo Jerárquico Multidimensional Brady y Cronin (2001) definieron el Modelo Jerárquico Multidimensional, que parten de los planteamientos de Grönroos (1984), Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), Rust y Oliver (1994) y Dabholkar, Thorpe y Rentz (1996), definido por los consumidores que forman sus percepciones sobre la calidad del servicio en base a una evaluación del desempeño en múltiples niveles, y al final combinan esas evaluaciones para llegar a la percepción global de la calidad del servicio. Los autores reconocen la complejidad del constructor y afirman que ninguna perspectiva es equivocada; cada una es incompleta sin la otra. A través de su investigación cualitativa y empírica, se muestra como la calidad del servicio conforma una estructura de tercer orden, donde la percepción de calidad es definida por claras y procesables dimensiones, y a su vez, éstas están constituidas por diversas sub dimensiones. El modelo jerárquico multidimensional Brady y Cronin, nos describe y explica de donde parte este modelo, el cual nos organiza el conocimiento oriente y nos oriente en el trabajo de investigación.

### **Definiciones de la Variable Calidad de servicio**

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) definieron la calidad de servicio como: “El juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio que surge de la comparación entre las expectativas sobre el mismo y las percepciones acerca del desempeño del servicio recibido” (p. 78)

Vale decir que, el cliente tiene un resultado total en relación a la excelencia o superioridad del servicio de acuerdo con sus propias expectativas y la comparación del servicio recibido.

Berry, Zeithami y Parasumaran (1985) definieron la calidad de servicio como: “una medida de qué tan bien el nivel de servicio suministrado, coincide con las expectativas del cliente. Entregar calidad de servicio significa alcanzar las expectativas del cliente sobre una base consistente (p.42), esto quiere decir que la calidad de servicio es una forma de medida entre lo que recibieron y lo que desearon.

Drucker (1990, p. 41) definió “La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (p. 41). De este modo el autor señala que es el cliente el que obtiene el servicio y por el cual decidirá pagar.

Albrecht (1994) indicó: “El tiempo ha cambiado y no vivimos más en una economía de manufactura, ahora vivimos en una nueva economía de servicios, donde las relaciones están llegando a ser más importante que los productos físicos p. (57). Efectivamente en los últimos años se ha tomado conciencia, de que tan importante es el cliente o usuario para el éxito de las empresas.

Según Pizzo (2013) sostuvo que la calidad de servicio:

Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización. (p. 67)

Se podría decir que Pizzo, manifiesta que debe ser un hábito en una organización contar con la capacidad para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes para brindar un servicio de excelencia.

Hovirz (1991) definió la calidad de servicio:

La actitud del cliente cambia respecto a la calidad del servicio cambia a medida que se va conociendo mejor el producto y mejore su nivel de vida. En un principio, el cliente suele contentarse con el producto base, sin servicios y por lo tanto el más económico. Poco a poco sus exigencias en cuanto a calidad aumentan para terminar esperando y deseando lo mejor. (p. 63)

Vale decir, que el cliente va evolucionando y exigiendo cada vez más en cuanto a los servicios de calidad y cada vez desea lo mejor.

Kotler y Keller (2006) sostuvo que:

La calidad de productos y servicios, la satisfacción de los clientes, y la rentabilidad de la empresa están estrechamente relacionadas. Una gran calidad conlleva un alto nivel de satisfacción de sus clientes, que, a su vez, apoya unos precios más altos y, con frecuencia, costos más bajos. (p. 11)

En este sentido los autores manifestaron que tanto la calidad del producto o servicio, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa están íntimamente relacionados, estos dan apoyo a precios más altos y por ende costo más bajos.

### **Dimensiones de la Variable Calidad de servicio**

#### **Fiabilidad**

Parasuraman Zeithaml y Berry (1985) definió la fiabilidad como la “habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa” es decir tener la capacidad para hacer o dar un servicio correctamente y con facilidad (p.109).

Bahía y Nantel (2000) señalaron: “La fiabilidad representa la exactitud del servicio.” El autor quiere decir a mí entender precisión al ejecutar algo (p.18).

Krippendorff (1990) indicó: “La fiabilidad entre jueces (reproducibilidad) es el tipo de fiabilidad que suele utilizarse en análisis de contenido” (p. 33). Lo cual quiere decir que la validez de contenido, lo que significa lo que generan en la misma proporción ambos estados psicológicos.

Drucker (1990) definió:

Fiabilidad: Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa. Dentro del concepto fiabilidad se encuentra incluida la puntualidad y todos los elementos que permitan al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de su empresa. Fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento (p.41).

Este autor definió la fiabilidad como la capacidad que debe contar toda empresa en el desarrollo del servicio que ofrece-

### **Capacidad de respuesta**

Parasuraman: "Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido" (p.109). El autor quiere decir acción inmediata y buena disposición para colaborar con los usuarios.

Drucker (1990) definió la capacidad de respuesta como:

La actitud que se muestra para ayudar a los clientes y suministrar un servicio rápido; también es considerado parte de este punto, el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que pueda ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que se pueda lograrlo (p.41).

Vale decir buena actitud, acción inmediata, orden, respeto al usuario. Glosario de conceptos políticos usuales: "la capacidad de respuesta de un sistema cualquiera es su probabilidad media de producir, frente a una demanda, una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y a un costo aceptable". Este glosario de conceptos políticos quiere decir, que la capacidad de respuesta está relacionada con una acción de tiempo aceptable y también relacionado con el costo.

Harrington (1997) en cuanto a la capacidad de respuesta se refiere:

A la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y suministrar un servicio rápido; también es considerado parte de este punto, el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que pueda ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que se pueda lograrlo (p.28); es decir cumplir en el tiempo prometido, personalizada y fácil de hacer.

## **Seguridad**

Parasuraman (1985) definió la seguridad como: “Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza”. (p. 23). Según este autor seguridad es conocer a cabalidad sus funciones en la calidad de servicio que brinda.

Castillo (2005) profesor de la universidad del BÍOBÍO de Chile menciona la “Seguridad, como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza” (p.5). Según Castillo la seguridad consta de 3 indicadores, el conocimiento, la cortesía y la confianza

Drucker (1990) señaló: “Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía que serán resueltos de la mejor manera posible” (p. 29).

El conocimiento que el personal proyecte, su actitud y su capacidad para ganar confianza, serán elementos básicos en este punto de juicio realizado por el cliente. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa, que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que también la organización debe demostrar su preocupación en este sentido, para dar al cliente una mayor satisfacción”.

Pérez y Gardey (2012) definieron:

Las condiciones en las que se desarrolla una actividad: las prevenciones que se han tenido en cuenta en caso de complicaciones, las acciones que se realizarán en caso de desastre y fundamentalmente, de qué forma se trabajará para brindar equilibrio y tranquilidad en dicho entorno”. Vale decir no solo es el conocimiento sino también las condiciones en que se desarrolla la actividad. (p. 54)

## **Empatía**

Parasuraman definió como la atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes. Quiere decir dar atención a cada uno de los usuarios comprendiéndolos en sus dolencias.

Drucker (1990) la empatía:

Significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía como también es parte de la seguridad. Requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conocimiento a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos (p.41)

Es decir compromiso e identificación con el paciente - usuario conocer sus necesidades personales y requerimientos.

Zeithman, Valarie A. y Jo Bitner (2002) manifestó: “Empatía es brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa” (p.103). Quiere decir identificación con el paciente y conocimiento de la atención.

Mead y Piaget (citados por Aliny Lobo Sierra et al, y Otras Autoras) quienes definen empatía como: “La habilidad cognitiva, propia de un individuo, de tomar la

perspectiva del otro o de entender algunas de sus estructuras de mundo, sin adoptar necesariamente esta misma perspectiva”.

### **Elementos tangibles**

Zeithman, Valerie y Bitner (2002) definieron: “Es la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el Personal y los materiales de comunicación. Todos ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio, que los clientes utilizan en particular, para evaluar la calidad” (p.103). Es decir que es la capacidad instalada, materiales, equipos y personal son considerados como elementos tangibles de una organización.

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE): “Proviene de la palabra en latín tangibles; adj, “Que se puede tocar”; vale decir que es tangible.

Para la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas SAC CIBERTEC (2007): “Son los aspectos físicos tales como las instalaciones, el personal, la documentación y el material de comunicación que utilizan a primera vista, es la imagen que la empresa proyecta para poder construir lealtad, esta imagen física tiene que exceder las expectativas del cliente” (p.23) todos los materiales y las instalaciones y personas tienen que cubrir las expectativas del usuario para su satisfacción.

### **Satisfacción del usuario**

#### **Importancia de la satisfacción del usuario**

La satisfacción del usuario es uno de los resultados más importantes de prestar servicio de buena calidad, ya que la satisfacción del usuario influye de tal manera en su comportamiento, como es el hecho de que el usuario procure o no su atención, el lugar al cual acuda para recibir su atención, que esté dispuesto a pagar los servicios, que el usuario siga o no siga las instrucciones del prestador del servicio, de que regrese o no regrese al prestador del servicio y de que recomiende o no recomiende los servicios a los demás.

La satisfacción del usuario no solo depende de la calidad de los servicios sino también de sus expectativas. El usuario está satisfecho cuando los servicios cubren sus expectativas, si las expectativas del usuario son bajas o si el usuario tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que este satisfecho a recibir servicios relativamente deficientes. Cuando el usuario percibe la calidad de manera equivocada, sus expectativas pueden influir en el comportamiento de los prestadores de servicios y, se puede demostrar que es la atención de buena calidad tanto a los usuarios como a los profesionales de la salud, por ende se puede crear nuevas y más altas normas de calidad, mostrando a los prestadores de servicios como personas respetuosas y atentas y también presentando a los usuarios como participantes de su propia atención. Asimismo, enseñando a los profesionales de salud como desarrollar mejores habilidades de comunicación interpersonal.

Otro enfoque es mejorar la imagen Pública de los prestadores de servicios así como sus habilidades. Al promover el hecho de que los profesionales de salud es competente y les importa la salud de sus usuarios. Una campaña de comunicación puede elevar las expectativas públicas con respecto a la calidad de atención. Cualquier comunicación dirigida hacia los usuarios debe vincularse a la capacitación y a otros esfuerzos que mejoren la calidad de servicio.

### **Bases Teóricas de la Variable Satisfacción del usuario**

Kotler (2006) llamado “el padre del marketing”, definió la satisfacción del usuario “al proceso por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” (p. 11).

Este autor en su libro, dirección de Marketing, trata de una orientación filosófica o sistema de pensamiento, de la dirección que sostiene que la clave para alcanzar las metas de la organización reside en averiguar las necesidades y deseos del mercado objetivo (dirección análisis) y en adaptarse para ofrecer (dirección operativa) las satisfacciones deseadas por el mercado, de una manera, mejor y más eficientemente que la competencia.



Brooks (1995) en su Teoría de la equidad definió:

La satisfacción del usuario se produce cuando una determinada parte siente que el nivel de los resultados obtenidos en un proceso está en alguna medida equilibrados con sus entradas a ese proceso tales como el coste, el tiempo y el esfuerzo. (p. 67)

Teoría de Johnson, Anderson y Fornell (1995) propusieron “La teoría del desempeño o Resultado: “la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente” (p. 89).

Harrington (1997) definió que "el nivel de satisfacción del cliente es directamente proporcional a la diferencia entre el desempeño percibido de una organización y las expectativas del cliente" (p. 28).

Generalmente, la gestión de calidad enseña a conocer al cliente, las necesidades y qué se debe hacer para mejorarlas, especificando la satisfacción y conservación de los clientes activos, la atracción de clientes potenciales, el diseño de estrategias que satisfagan necesidades cambiantes de los nuevos clientes y la reducción de costos al responder quejas y procesar reclamos.

### **Características de la Variable Satisfacción del usuario**

Serna (2006) detalló:

Las características más comunes de la satisfacción del usuario :(a) Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos (b) Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente (c) Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.(d) Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.(e) La oferta del servicio, prometer y cumplir.(f) El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.(g) El Valor agregado, plus al producto. (p. 19)

### **Definiciones de la Variable Satisfacción del usuario**

Kotler y Keller (2006) definieron la satisfacción de cliente como:

Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado. (p.144)

Norma ISO 9000(2005) definió la satisfacción del cliente/usuario como: "la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos", aclarando además un aspecto muy importante sobre las quejas de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor.

Harrington (1997) señaló que "el nivel de satisfacción del cliente es directamente proporcional a la diferencia entre el desempeño percibido de una organización y las expectativas del cliente" (p..28).

Atalaya (1995) señaló: "La satisfacción es un fenómeno que no se da en abstracto siempre está ligado a aspectos objetivos que directamente afectan al usuario en su percepción"(p.23)

### **Dimensiones de la Variable Satisfacción del usuario**

Kotler (2000) refirió:

Al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber

obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Se puede decir también que es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características: (a) Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa (b) Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio (c) Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad (d) Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente (e) Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. (p. 99)

Cantú (1999) señala como los principales factores de la calidad percibida (a) el comportamiento (b) actitud (c) Habilidad del ser humano (d) los errores cometidos durante la prestación del servicio.

Sierra, Falces, Ruiz y Alier (2003) encontraron que la estructura de la calidad percibida en servicios de hostelería con usuarios cautivos se corresponde con unos modelos de cuatro dimensiones (a) características de los productos (b) rapidez del servicio (c) confort de las instalaciones (d) atención al cliente.

### **Las Expectativas: Kotler**

Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones: (a) Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio (b) Experiencias de compras anteriores (c) Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas) (d) Promesas que ofrecen los competidores.

Méndez y Thomas (s.f.) puntualizo:

Está representada por la convicción que posee la persona de que el esfuerzo depositado en su trabajo producirá el efecto deseado. Su valor varía entre 0 y 1, ya que, la expectativa es la probabilidad de ocurrencia del resultado deseado. (p. 78)

Las expectativas dependen en gran medida de la percepción que tenga la persona de si misma, si la persona considera que posee la capacidad necesaria para lograr el objetivo le asignará al mismo una expectativa alta, en caso contrario le asignará una expectativa baja.

Pérez y Merino (2012) definió la expectativa: (palabra derivada del latín *exspectātum*, que se traduce como “mirado” o “visto”) a la esperanza, sueño o ilusión de realizar o cumplir un determinado propósito.

Mahoney y Jones (1957) definieron las expectativas en función a la Hipótesis relacionadas con la vía hacia los objetivos. Para ellos, el comportamiento de un sujeto está en función de las necesidades, las expectativas y las constricciones de la situación y ese comportamiento se ve como una función de la percepción del camino-meta, del nivel de necesidad y del nivel de libertad. metas tenderá a ser un mal productor. Algunos aspectos son centrales al determinar el nivel de productividad o de desempeño:

### **1.3 Justificación**

#### **Justificación Teórica**

La justificación teórica de la presente investigación radica en ver la relación que existe entre la calidad de servicios y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos “. Asimismo, nos va permitir conocer y mejorar el estado de los conocimientos de la temática abordada, valorar los aportes del trabajo de investigación, el cual se sustenta en las bases teóricas y metodológicas de la investigación administrativa y demuestra la importancia de la Variable Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario que acude al Instituto Nacional de Oftalmología.

#### **Justificación Práctica**

La justificación práctica de la presente investigación es tomar conciencia respecto de la importancia de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario razón por

la cual es pertinente el estudio de las variables involucradas en esta acción puesto que de ellas dependerá ver su relación para así brindar una Calidad de servicio cada vez de mayor calidad contribuyendo al mejoramiento de la calidad del servicio en nuestro país.

### **Justificación Metodológica**

En el presente estudio de investigación se desarrollara a través del método hipotético –deductivo , debido que reúne características de investigación prácticos, y se sustentan en instrumentos técnicos de recolección de datos, dando como resultado el sustento empírico y cuantitativo que nos van a permitir medir nuestras variables de estudio en relación a la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos” lo que nos permitirá llegar a las conclusiones finales de nuestro trabajo de investigación.

#### **1.4 Problema**

El siglo XXI se caracteriza por el avance , expansión de la digitalización y el control de la información a nivel global; con el desarrollo de la tecnología en la humanidad y los avances en la medicina, estos acontecimientos nos hace reflexionar, que es necesario hacer un llamado para humanizar la nuestra existencia en muchos aspectos y en este trabajo de investigación tocaremos el tema de la asistencia en salud y ofrecer servicios de mayor calidad.

La calidad de servicio debe estar basada en actividades encaminadas a garantizar los servicios de salud accesibles y equitativos con profesionales óptimos y teniendo en cuenta los recursos disponibles, logrando la satisfacción del usuario con la atención recibida.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), Organismo de la organización de las naciones Unidas (ONU) especializado en gestionar políticas de prevención, promoción e intervención en salud. a nivel mundial, da énfasis a la calidad de servicio sanitario a nivel mundial.

Las transformaciones sociales y económicas han producido cambios en la salud de la población y, por tanto, en las políticas de prestación de salud a escala mundial. En tales condiciones se promueve una atención de alta calidad centrada en el usuario o cliente.

Desde 15 de agosto de 2013, todas las personas deberían tener acceso a los servicios de salud que necesiten sin que el pago por ellos las hunda en la pobreza. En este informe se sostiene que la cobertura sanitaria universal, pleno acceso a servicios preventivos y terapéuticos de calidad y protección contra los riesgos económicos, no se puede lograr sin los datos que proporciona la investigación científica.

Para avanzar hacia la cobertura universal, es necesario fortalecer los sistemas de salud en muchos países. Uno de sus componentes más importantes es la financiación de la salud. Los países también deben contar con un personal sanitario capaz de hacer funcionar un sistema de salud asequible, eficiente y bien gestionada y que satisfaga las necesidades de salud prioritarias por medio de una atención integral, centrada en las personas y de buena calidad. También son imprescindibles una buena gobernanza, unos sistemas sólidos de adquisición y suministro de medicamentos y tecnologías sanitarias, y unos sistemas eficientes de información sanitaria.

La cobertura universal contribuye al mantenimiento y a la mejora de la salud. La buena salud ayuda a los niños a aprender y a los adultos a ganarse la vida. Esto, a su vez, ayuda a las personas a escapar de la pobreza y proporciona la base necesaria para un desarrollo económico a largo plazo.

En la mayoría de los países no se ha podido levantar la brecha que existe en la calidad del servicio sanitario, a pesar de que existen estándares de calidad de seguridad del paciente en cuanto a su atención como en los cuidados de su salud.

El instituto Nacional de Oftalmología (INO), institución del estado dedicado a la salud oftalmológica, también inmersa en los nuevos enfoques de gerencia en salud, sobre la satisfacción del usuario, expone que brindar calidad significa corresponder a las expectativas de los usuarios, el hecho de no brindar una atención de calidad trae consigo problemas para los usuarios ya que se van a sentir insatisfechos con la atención recibida y esto puede traer consigo

consecuencias en su salud , generando muchas veces tratamientos más largos en su salud y mayor incomodidad relacionándose esta con la imagen y economía de la instituciones de salud.

Los usuarios llegan al instituto Nacional de oftalmología en busca de ayuda, comprensión, atención y solución a sus problemas oftalmológicos, desafortunadamente muchos de ellos no lo consiguen. En los últimos tiempos se ha visto que las competencias administrativas que se les ha otorgado al personal asistencial, hace que de una u otra forma en algunas ocasiones se alejen de su centro de atención y olviden la esencia de su quehacer, por eso es importante integrar la calidad de servicio y cuidado para así lograr la satisfacción del usuario /paciente.

Es de gran importancia realizar este estudio de investigación para determinar la calidad de servicio y la satisfacción del paciente en el Instituto Nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”., involucrándonos en el fenómeno de la calidad y enfatizar en su elemento subjetivo: la satisfacción, que representa la vivencia subjetiva derivada del cumplimiento o incumplimiento de las expectativas que tiene el usuario con respecto a su atención. Recordemos que evaluar la Calidad de servicio y la satisfacción del usuario no sólo permite obtener un indicador de excelencia, es más aún, un instrumentó de excelencia.

### **Problema General**

¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima, 2016?

### **Problemas Específicos**

#### **Problema Específico 1**

¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **Problema Específico 2**

¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **Problema Específico 3**

¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **Problema Específico 4**

¿Cuál es la relación entre la Seguridad y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **Problema Específico 5**

¿Cuál es la relación entre la Empatía y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

## **1.5 Hipótesis**

Según Hernández, Fernández y Baptista ( 2010) señalaron que :Una hipótesis es una suposición respecto de algunos elementos empíricos y otros conceptuales, y sus relaciones mutuas, que surge más allá de los hechos y las experiencias conocidas, con el propósito de llegar a una mejor comprensión de los mismos. (p.92).

### **Hipótesis General**

La calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.



## **Hipótesis Específicas**

### **Hipótesis Especifica 1**

Existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **Hipótesis especifica 2**

Existe relación entre la Fiabilidad y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **Hipótesis Especifica 3**

Existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016

### **Hipótesis Especifica 4.**

Existe relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016

### **Hipótesis Especifica 5.**

Existe relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

## **1.6 Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

## **Objetivos Específicos**

### **Objetivo Específico 1**

Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **Objetivo específico 2**

Determinar la relación entre Fiabilidad en la satisfacción del usuario o en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **Objetivo específico 3**

Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **Objetivo específico 4**

Determinar la relación entre la Seguridad y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **Objetivo específico 5**

Determinar la relación entre la Empatía y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016

## **II. Marco Metodológico**

## **2.1 Variables**

### **Variable 1: Calidad de servicio**

#### **Definición conceptual de la Variable Calidad de servicio**

Parasuraman y Berry (1990) definió la Calidad de servicio:

A la correspondencia de niveles entre el desempeño del servicio y las expectativas de los usuarios o clientes, al tiempo que se da un equilibrio entre la calidad interna y externa alcanzando así altos niveles de calidad

Es la amplitud de la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los usuarios o clientes y sus percepciones en función a lo siguiente: Elementos tangibles. Capacidad de respuesta, Seguridad, Fiabilidad y Empatía. .

### **Variable2: Satisfacción del usuario**

#### **Definición conceptual de la Variable Satisfacción del usuario**

Kotler (1997) definió la satisfacción del cliente como: “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”(p.656).

## **2.2 Operacionalización de las Variables**

#### **Definición operacional de las Variables**

La operacionalización de las variables está estrechamente vinculada a la técnica de la encuesta que utilizaremos para la recolección de datos. La misma que es compatible con los objetivos de la investigación, a la vez que responde al enfoque cuantitativo, y al tipo de estudio que se realizaremos.

Rusu (2011) afirmó que: la definición operacional “define el conjunto de procedimientos, actividades, operaciones para medir o recolectar datos con respecto a una variable” (p. 24).

En el presente trabajo de investigación se ha operacionalizado la variable Calidad de servicio y Satisfacción del usuario en dimensiones, indicadores, e ítems.

### **Definición operacional de la Variable Calidad de servicio**

La variable calidad de servicio se encuentra dimensionada en cinco dimensiones. Fiabilidad, capacidad de respuesta. Seguridad, empatía y elementos tangibles; a su vez la dimensión fiabilidad en cuatro indicadores tales como habilidad, confiable, cuidadosa y puntualidad; la dimensión capacidad de respuesta cuenta con cuatro indicadores tales como disposición, voluntad, actitud y factibilidad; la dimensión Seguridad cuenta con tres indicadores y son conocimiento, certeza y confianza ; la dimensión empatía con tres indicadores personalizada, cortesía y compromiso la dimensión Elementos tangibles con tres indicadores como instalaciones, equipos y personal

En relación a los ítems la operacionalización de la variable calidad de servicio se realizó a través de un cuestionario tipo Likert con 22 ítems y los niveles y rangos utilizados son del uno al cinco, donde uno tiene un nivel nunca, dos es nivel casi nunca, tres es nivel a veces, cuatro casi siempre y el nivel cinco corresponde a siempre.

Tabla 1

*Operacionalizacion de la variable calidad de servicio*

Dimensiones	Indicadores	Número de ítems	Escala y valores	Niveles	Intervalos
Fiabilidad	Habilidad	1,2,3,4,5			
	Confiable			Malo	12--16
	Cuidadosa			Regular	17 - 20
	Puntualidad			Bueno	21 - 25
Capacidad de Respuesta	Disposición	6,7,8,9		Malo	8--12
	Voluntad			Regular	13 - 16
	Actitud			Bueno	17 - 19
	Factibilidad				
Seguridad	Conocimiento	10, 11,12,13	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5).		
	Certeza			Malo	9--13
	Confianza			Regular	14 - 17
				Bueno	18 - 21
Empatía	Personalizada	14,15,16,17,18		Malo	10--15
	Cortesía			Regular	14 - 17
	Compromiso			Bueno	18 - 21
Elementos tangibles	Instalaciones	19,21,22,23		Malo	8--12
	Equipos			Regular	13 - 16
	Personal			Bueno	17 - 20

### **Operacionalizacion de la Variable Satisfacción del usuario**

La variable satisfacción del usuario se encuentra dimensionada en dos, dimensiones como son el rendimiento percibido y las expectativas, a su vez la dimensión rendimiento percibido se operacionaliza en tres indicadores que son, desempeño, percepción y resultado; la dimensión expectativas se operacionaliza en tres indicadores tales como, esperanza promesa expectativa.

En relación a los ítems la operacionalización de la variable satisfacción del usuario se realizó a través de un cuestionario tipo Likert con 17 ítems y los niveles y rangos utilizados son del uno al cinco, donde uno tiene un nivel nunca, dos es nivel casi nunca, tres nivel a veces, cuatro casi siempre y el nivel cinco corresponde a siempre.

Tabla 2

*Operacionalización de la variable satisfacción del usuario*

Dimensiones	Indicadores	Número de ítems	Escala y valores	Niveles	Intervalos
Rendimiento Percibido	Desempeño	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11		Malo	11 - 26
	Percepción			Regular	27 - 41
	Resultado			Bueno	42 - 57
Expectativas	Esperanza	12,13,14,15,16,17	Nunca (1)		
	Promesa		Casi nunca (2)		
	Experiencia		A veces (3)		
			Casi siempre (4)		
			Siempre (5)		
			Malo	8 - 16	
			Regular	17 - 24	
		Bueno	25 - 32		



### **2.3. Metodología**

En la presente investigación se aplicó el método: Hipotético-Deductivo: Según Bernal (2006, p.56) consistió:

En un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos. Este método se define como el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica.

El método hipotético-deductivo tiene varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

### **2.4. Tipo de Estudio**

El presente estudio es básico, dado que se pretende determinar la relación entre las variables.

Al respecto, Sandi (2014) afirmó que:

Investigación básica, también recibe el nombre de investigación pura, teórica o dogmática, se caracteriza porque parte de un marco teórico y permanece en él; la finalidad radica en formular nuevas teorías o modificar las existentes, en incrementar los conocimientos científicos o filosóficos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico. (p. 15).

Responde aquellos productos de rigor científico y que son avances fundamentales en el conocimiento acerca del mundo social. Los investigadores

básicos focalizan sobre el refutar o apoyar teorías que explican cómo el mundo social opera, qué cosas están pasando, y porqué la sociedad cambia. La investigación básica es la fuente de más nuevas ideas científicas y nuevos caminos de pensamiento acerca del mundo.

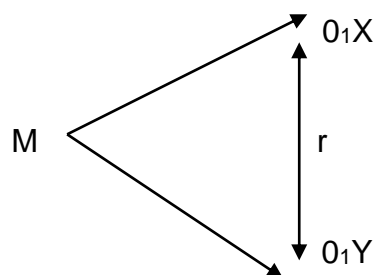
Muchos no científicos critican la investigación básica, especialmente discutiendo sobre el aporte que esta pueda dar y asumiendo que es un gasto en términos de tiempo y dinero. Si bien es cierto, la investigación básica carece de una aplicabilidad en el corto plazo, esta provee una formación de conocimiento que ayuda a entender diferentes áreas de estudio, problemas, etc., con el objetivo claro de reducir la brecha de conocimiento existente.

Por ello los estudios básicos buscan incrementar y profundizar los conocimientos científicos respecto a las variables y dimensiones de investigación.

## **2.5. Diseño**

Por el diseño la investigación es no experimental, ya que se basara en las observaciones de los hechos en estado natural sin la intervención o manipulación del investigador. Al respecto Hernández et al. (2010) afirmaron que “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. (p. 141)

El diseño de esta investigación es transversal porque su propósito es describir las variables: Calidad de servicio y Satisfacción del usuario en un momento dado. Asimismo Hernández et al (2010). “Afirman que los diseños transaccionales (transversales) son investigaciones que recopilan datos en un momento único”. Gráficamente se denota:



**Leyenda:**

- M : Muestra de Estudio  
 X : Variable 1 Calidad de servicio  
 Y : Variable 2 Satisfacción del usuario  
 O<sub>1</sub> : Coeficiente de Relación  
 r : Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario

## 2.6 Población, muestra y muestreo

### Población

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo y Tamayo (1997) precisaron "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación"(p.114)

La población para el presente estudio se ha considerado total de 230 usuarios del Instituto Nacional de Oftalmología "Dr. Francisco Contreras Campos" Lima 2016.

### Muestra

Se entiende por muestra al "subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible" (Ob. cit. p. 83)

Por su parte Hernández citado en Castro (2003), expresa que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p.69).

La muestra seleccionada es aleatoria simple; y su tamaño(n), según Bernal (2006:171), se puede calcular aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P \cdot Q \cdot N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

Z (1,96): Valor de la distribución normal, para un nivel de confianza de (1 – α)

P (0,5): Proporción de éxito.

Q (0,5): Proporción de fracaso (Q = 1 – P)

ε (0,05): Tolerancia al error

N (230): Tamaño de la población.

n: Tamaño de la muestra.

Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5) * 230}{(0,08)^2 (230 - 1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)} = 80$$

### **Muestreo**

Los autores Hernández et al. (2014), definieron el muestreo como “el acto de seleccionar un subconjunto de un conjunto mayor, universo o población de interés para recolectar datos a fin de responder a un planteamiento de un problema de investigación” (p. 600). El muestreo del trabajo de investigación será aleatorio.

## **2.7 Técnicas e instrumento de recolección de datos**

### **Técnicas**

La técnica a utilizar para el proyecto de investigación es la encuesta, a través del instrumento que es el cuestionario, en tal sentido los autores Hernández et al.

(2014), definieron el cuestionario como “Conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (p. 217).

### **Instrumentos**

Los instrumentos para recoger datos de ambas variables fueron cuestionarios de actitudes Likert

En primer lugar, se procederá a encuestar a la muestra aleatoria seleccionada, que estuvo conformada por 80 usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

En una sesión de 25 minutos aproximadamente, se les aplicó los instrumentos de estudio, con el objetivo de recolectar la información acerca de las variables: Calidad de servicio y Satisfacción del usuario y dimensiones correspondientes. Posteriormente, se procedió a la calificación y tabulación de los datos en la Hoja de Cálculo Excel. Se analizaron los datos a través del programa estadístico SPSS versión 21.0 en español para obtener los resultados pertinentes al estudio, los cuales están mostrados mediante tablas y figuras, con su correspondiente interpretación, de acuerdo a los objetivos e hipótesis planteados en la presente investigación.

Para la contratación de la hipótesis general, e hipótesis específicas y teniendo en cuenta la naturaleza de las variables y los datos ordinales, se aplicará en cada caso la prueba estadística de Spearman para establecer su relación.

Este estudio tiene como finalidad conocer la relación de asociación que exista entre las variables: Calidad de servicio y Satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

## Ficha técnica de cada instrumento

### Instrumento para medir la Calidad de servicio

#### Ficha Técnica

##### Datos generales

Título:	Cuestionario sobre la Calidad de servicio
Autor:	Br. Gloria Asunción Figueroa Bojórquez
Procedencia:	Lima – Perú, 2016
Objetivo:	Describir las características de la variable Calidad de servicio en el Instituto Nacional de Oftalmología.
Administración:	Individual
Duración:	15 minutos
Significación:	El cuestionario está referido a determinar la relación entre Calidad de Servicio y la variable Satisfacción del usuario.
Estructura:	La escala consta de 22 ítems, con 05 alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert, como: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y siempre (5). Asimismo, la escala está conformada por 05 dimensiones, donde los ítems se presentan en forma de proposiciones con dirección positiva y negativa sobre la variable Calidad de servicio.

## **Instrumento para medir la Satisfacción del usuario**

### **Ficha Técnica**

#### **Datos generales**

Título:	Cuestionario sobre la Satisfacción del usuario
Autor:	Br. Gloria Asunción Figueroa Bojórquez
Procedencia:	Lima – Perú, 2016
Objetivo:	Describir las características de la variable Satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología.
Administración:	Individual
Duración:	10 minutos
Significación:	El cuestionario está referido a determinar la relación entre Calidad de Servicio y la variable Satisfacción del usuario.
Estructura:	La escala consta de 17 ítems, con 05 alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert, como: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5). Asimismo, la escala está conformada por 05 dimensiones, donde los ítems se presentan en forma de proposiciones con dirección positiva y negativa sobre la variable Calidad de servicio.

#### **Validación y confiabilidad de los instrumentos**

##### **Validez**

Para Hernández, et al (2010), “la validez es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que pretende medir” (p.201).

Los cuestionarios sobre Calidad de Servicio y Satisfacción del usuario serán sometidos a criterio de un grupo de Jueces expertos, integrado por

profesores: Doctores que laboran en la Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo, quienes informaran acerca de la aplicabilidad de cada uno de los cuestionarios del presente estudio. Asimismo, en el proceso de validación de cada uno de los cuestionarios del presente estudio, se tendrá en cuenta para cada ítem, la validez de contenido y para tal efecto se consideraran tres aspectos: pertinencia, relevancia y claridad.

Tabla 3

*Validez del cuestionario sobre Calidad de servicio*

<b>Expertos</b>	<b>Suficiencia del instrumento</b>	<b>Aplicabilidad del instrumento</b>
Dr. Sebastián Sánchez Díaz	Hay Suficiencia	Es aplicable

Tabla 4

*Validez del cuestionario sobre Satisfacción del usuario*

<b>Expertos</b>	<b>Suficiencia del instrumento</b>	<b>Aplicabilidad del instrumento</b>
Dr. Sebastián Sánchez Díaz	Hay Suficiencia	Es aplicable

### **Confiabilidad**

La confiabilidad del instrumento será hallada mediante el procedimiento de consistencia interna con el coeficiente Alfa de Cronbach

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “La confiabilidad de un instrumento de medición se determina mediante diversas técnicas, y se refieren al grado en la cual se aplica, repetida al mismo sujeto produce iguales resultados” (p.210).



Por lo tanto Hernández, Fernández y Baptista (2010), la confiabilidad consiste en el "grado en que un instrumento produce resultado consistente y coherente" (p.211).

Coeficiente Alfa Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

**K:** El número de ítems

Sumatoria de Varianzas de los

$\sum S_i^2$  : ítems

$S_T^2$  : Varianza de la suma de los ítems

$\alpha$  : Coeficiente de Alfa de Cronbach

La escala de valores que determina la confiabilidad está dada por los siguientes valores:

Tabla 5

*Criterio de confiabilidad valores*

Valores	Nivel
De -1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2010)

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), "La confiabilidad de un instrumento se da mediante el valor Alfa de Cronbach que más se acerque a la unidad". (p.212)

Tabla 6

*Estadísticos de fiabilidad*

Variable y/o dimensión	N° de ítems	Alfa de Cronbach
Calidad de Servicio	22	0.951
Satisfacción del usuario	17	0.935

El coeficiente obtenido es de 0,951 para la variable Calidad de servicio con 22 ítems y 0,935 para la variable Satisfacción del Usuario con 17 ítems lo cual permite decir que los 39 ítems del cuestionario tienen una alta confiabilidad

Tabla 7

*Estadísticos de fiabilidad Global*

Variable y/o dimensión	N° de ítems	Alfa de Cronbach
Fiabilidad Global	39	0.968

## 2.8 Métodos de Análisis de datos.

Para el análisis de datos se realizará la revisión de la consistencia de la información, según Valderrama (2010) “Consiste en verificar los resultados a través de una muestra pequeña, por ejemplo para hallar la confiabilidad o la prueba de hipótesis” (p. 142). Así también se realizará la clasificación de la información con la finalidad de agrupar datos mediante la distribución de frecuencias de variables dependientes.

En la primera etapa, se realizará la respectiva codificación y tabulación (Excel) de los datos según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “Una vez recolectados los datos éstos deben de codificarse... las categorías de un ítem o pregunta requieren codificarse en números, porque de lo contrario no se efectuaría ningún análisis, sólo se contaría el número de respuestas en cada

categoría” (p. 262). De esta manera se procesaron de forma ordenada los datos obtenidos de los instrumentos Calidad de servicio y Satisfacción del Usuario.

En la segunda etapa se realizará la estadística descriptiva, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “La primera tarea es describir los datos, los valores o las puntuaciones obtenidas para cada variable... esto se logra al describir la distribución de las puntuaciones o frecuencias de cada variable” (p. 287). Por lo tanto el análisis e interpretación de datos, para lo cual se realiza en primer lugar la estadística descriptiva de las variables y dimensiones

En la tercera etapa se realizará la estadística inferencial, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “La estadística inferencial se utiliza fundamentalmente para dos procedimientos vinculados: probar hipótesis y estimar parámetros” (p. 306). En tal sentido se realiza la prueba de hipótesis, para lo cual se utilizó la prueba Rho de Spearman, debido a que los resultados obedecen una distribución no normal.

Estadígrafo Rho de Spearman

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Dónde:

$\rho$  = Rho de Spearman

N = Muestra

D = Diferencias entre variables

### **Aspecto ético**

Este trabajo de investigación cumplirá con los criterios establecidos por el diseño de investigación cuantitativa de la Universidad César Vallejo, Igualmente se

respetar la autoría de la información bibliográfica. Por ello se hará referencia de los autores con sus respectivos datos.

La presente investigación se centra en la búsqueda de la validez científica, se establecerá por lo tanto, el deber de plantear un propósito claro para generar conocimiento con credibilidad; el método de investigación seleccionado es coherente con el problema y la necesidad social, con la selección de los sujetos o unidades de análisis, los instrumentos y las relaciones que establece el investigador con las personas; un marco teórico suficiente basado en fuentes documentales y de información; el lenguaje cuidadoso empleado para comunicar el informe, el mismo que pretenderá reflejar el proceso de la investigación y en el marco de los valores científicos en su estilo y estructura

### **III. Resultados**

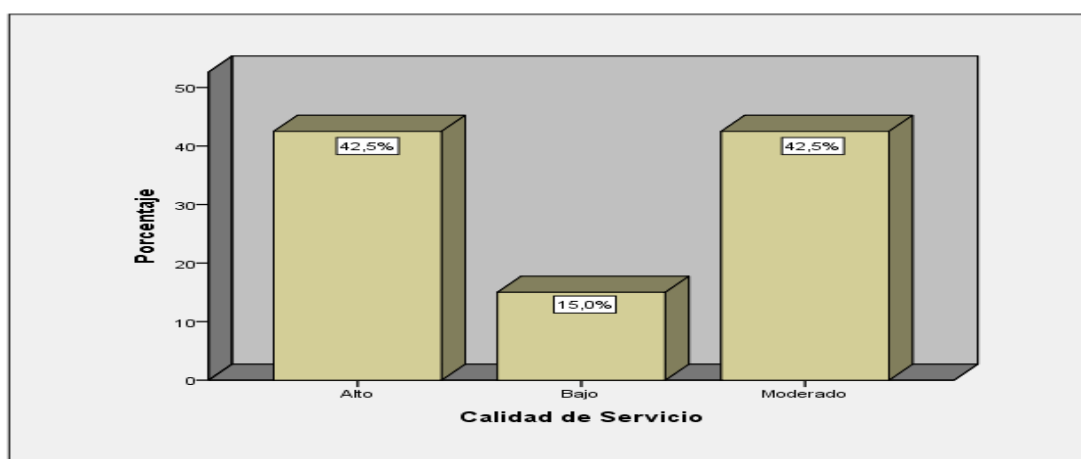
## Descripción y Análisis de los resultados de las variables

Tabla 8

*Niveles de la Calidad de Servicio del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	34	42,5	42,5	42,5
	Bajo	12	15,0	15,0	57,5
	Moderado	34	42,5	42,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

*Nota:* Base de dato



*Figura 1.* Niveles de calidad de servicio

### **Interpretación**

En la tabla 08 y figura 1, se observa que el 42.5% de los usuarios del Instituto Nacional de Oftalmología indican que la calidad de servicio tiene un nivel alto y moderado, sólo el 15,0% indican que tiene una calidad baja.

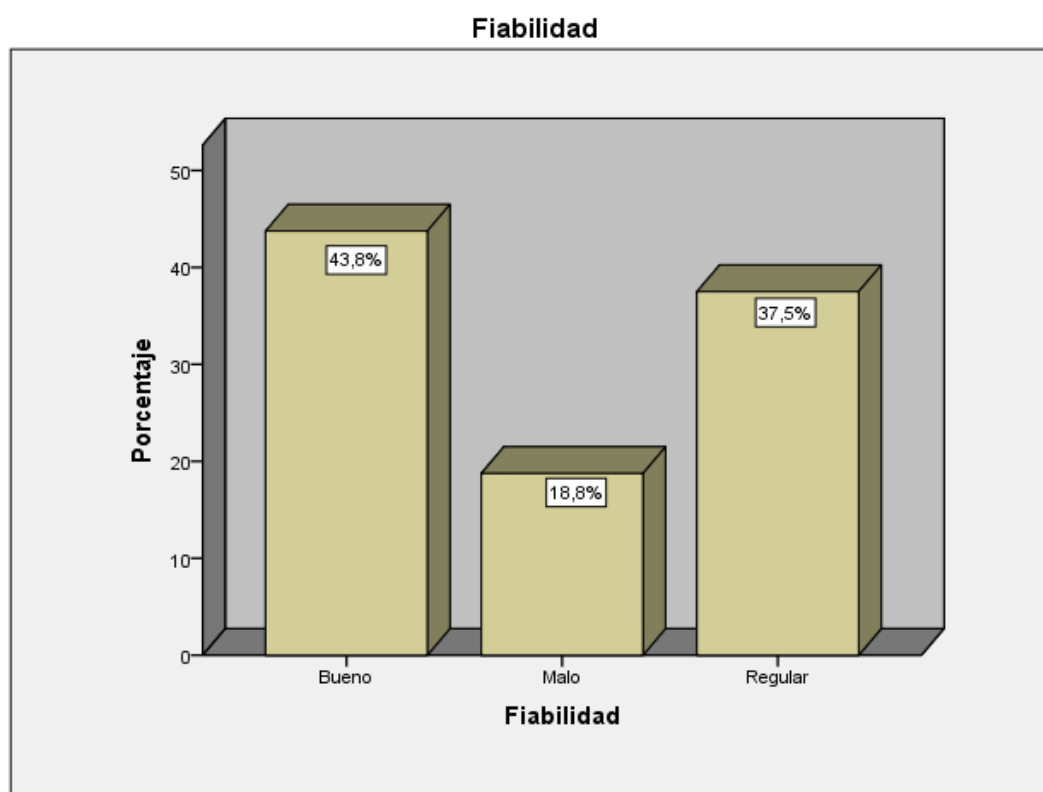
## Descripción y Análisis de las Dimensiones de la Variable Calidad de Servicio

Tabla 9

*Niveles de la fiabilidad Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	35	43,8	43,8	43,8
	Malo	15	18,8	18,8	62,5
	Regular	30	37,5	37,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

*Nota:* Base de dato



*Figura 2. Niveles de la fiabilidad*

### **Interpretación**

En la tabla 9 y figura 2, se observa que el 43,8% de los usuarios del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016,

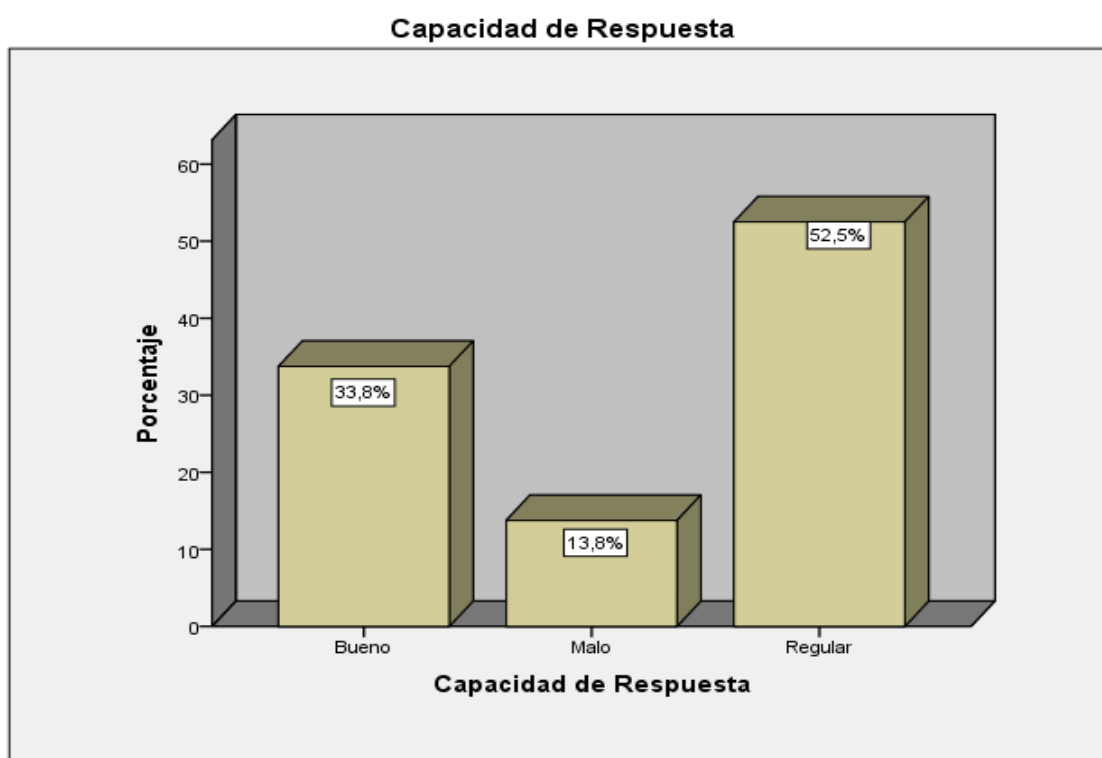
manifiestan que la fiabilidad es buena, el 37,5% de los usuarios precisan regular y un 18,8% indican malo.

Tabla 10

*Niveles de capacidad de respuesta Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	27	33,8	33,8	33,8
	Malo	11	13,8	13,8	47,5
	Regular	42	52,5	52,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

*Nota:* Base de dato



*Figura 3.* Niveles capacidad de respuesta.

### ***Interpretación***

En la tabla 10 y Figuera 3, se observa que el 52,5% de los usuarios del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016,



manifiestan que la capacidad de respuesta es regular, el 33,8% de los usuarios manifiestan que la capacidad de respuesta es bueno y un 13,8% precisan que la capacidad de respuesta es malo.

Tabla 11

*Niveles de seguridad Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	21	26,3	26,3	26,3
	Malo	19	23,8	23,8	50,0
	Regular	40	50,0	50,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

*Nota:* Base de dato

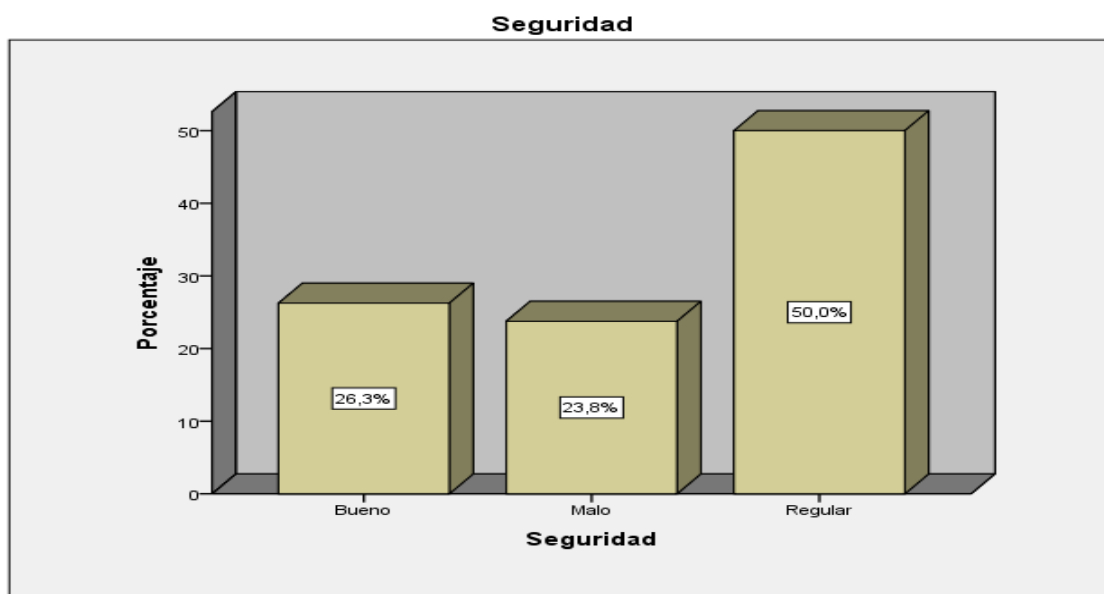


Figura 4. Niveles de seguridad

### **Interpretación**

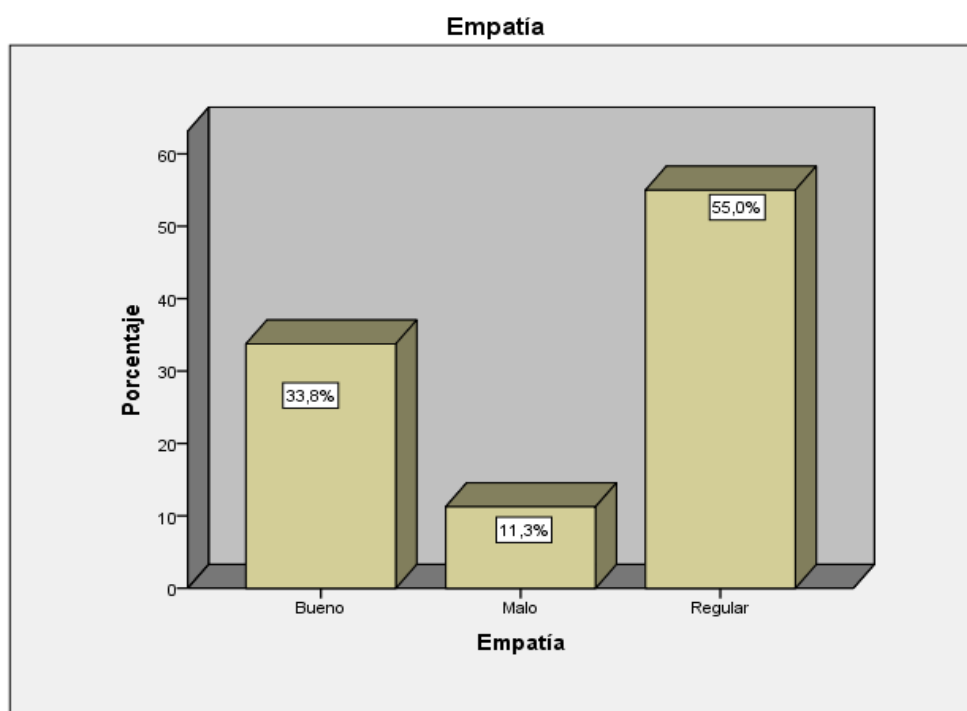
En la tabla 11 figura 4, se observa que el 50% de los usuarios externos en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, indican que la seguridad tiene un nivel regular, 26,3% nivel bueno, sólo el 23,8% indican que tiene un nivel malo.

Tabla 12

*Niveles de empatía Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	27	33,8	33,8	33,8
	Malo	9	11,3	11,3	45,0
	Regular	44	55,0	55,0	100,0
	<i>Total</i>	<i>80</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	

*Nota:* Base de dato



*Figura 5. Niveles de empatía*

### ***Interpretación***

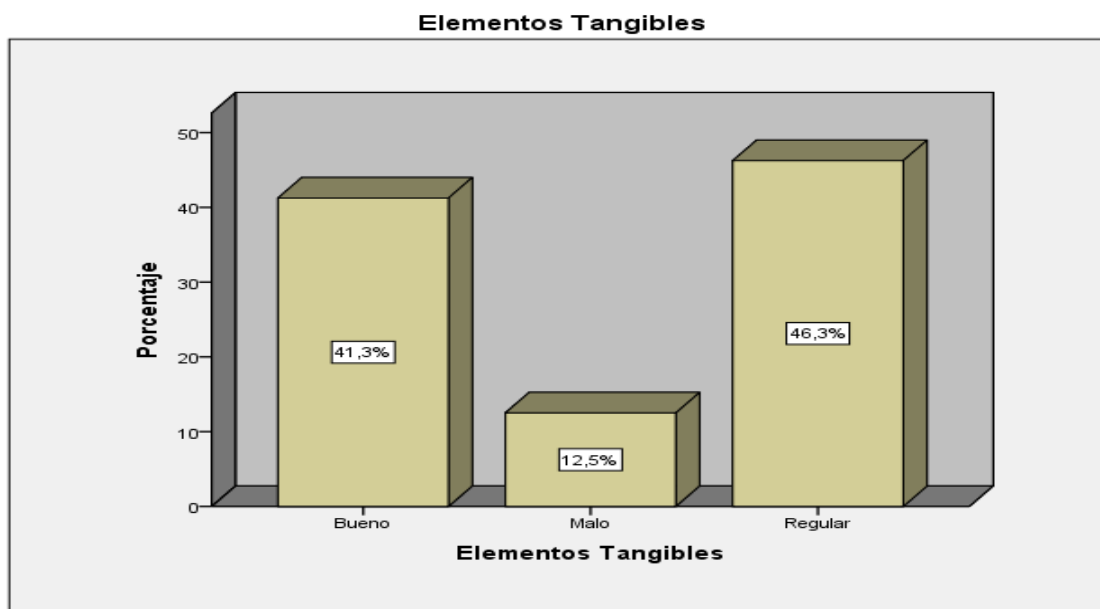
En la tabla 12 figura 5, se observa que el 55% de los usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, indican que la empatía tiene un nivel regular, 33,8% nivel bueno, sólo el 11,3% indican que tiene un nivel malo.

Tabla 13

*Niveles de elementos tangibles Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	33	41,3	41,3	41,3
	Malo	10	12,5	12,5	53,8
	Regular	37	46,3	46,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

*Nota:* Base de dato



*Figura 6. Niveles de elementos tangibles*

### ***Interpretación***

En la tabla 13 figura 6, se observa que el 46,3% de los usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, indican que los elementos tangibles tienen un nivel regular y un 41,3% nivel bueno, sólo el 12,5% indican que es bajo.

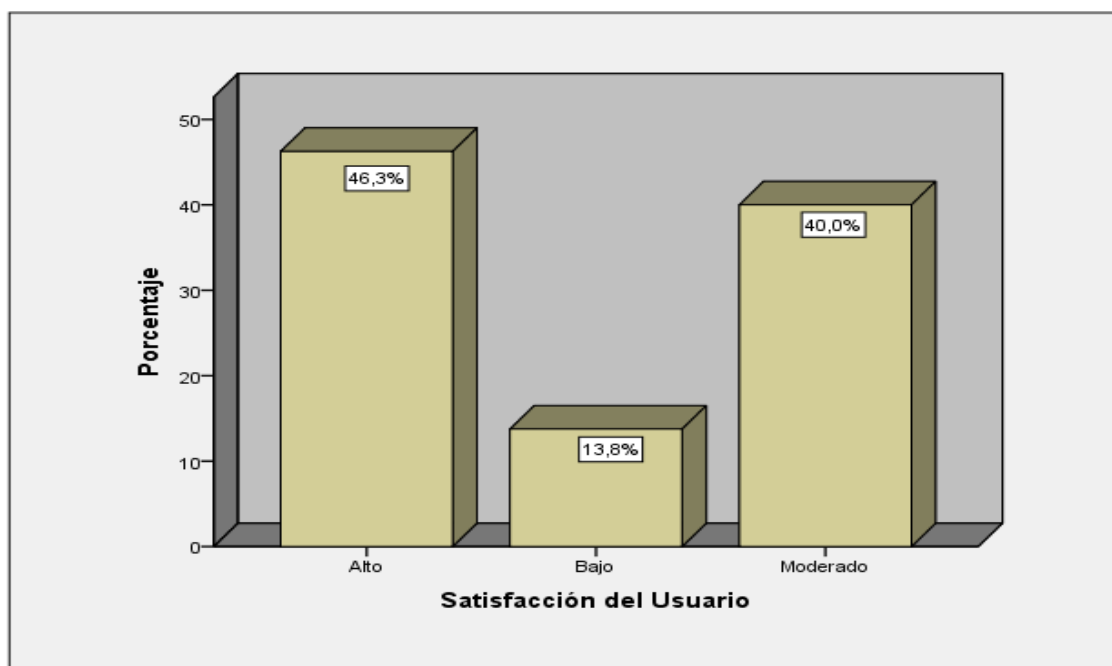
## Descripción y Análisis de la Variable Satisfacción del usuario

Tabla 14

*Niveles de satisfacción del usuario Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	37	46,3	46,3	46,3
	Bajo	11	13,8	13,8	60,0
	Moderado	32	40,0	40,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

*Nota:* Base de dato



*Figura 7.* Niveles de satisfacción del usuario

### **Interpretación**

En la tabla 14 y figura 7, se observa que el 46,3% de los usuarios del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, indican que la satisfacción del usuario es alto, el 40.0% moderado, y el 13,8% indican que es bajo.

## Descripción y Análisis de las dimensiones de la Variable satisfacción del usuario

Tabla 15

*Niveles de rendimiento percibido Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	36	45,0	45,0	45,0
	Malo	7	8,8	8,8	53,8
	Regular	37	46,3	46,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

*Nota:* Base de dato

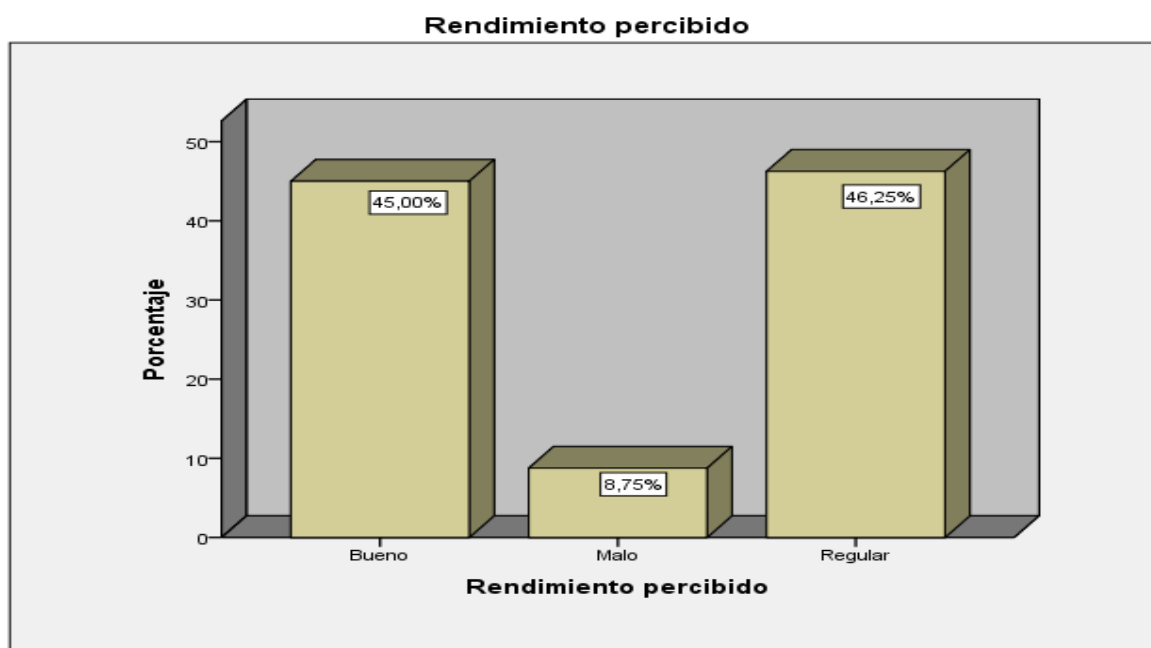


Figura 8. Niveles de rendimiento percibido

### Interpretación

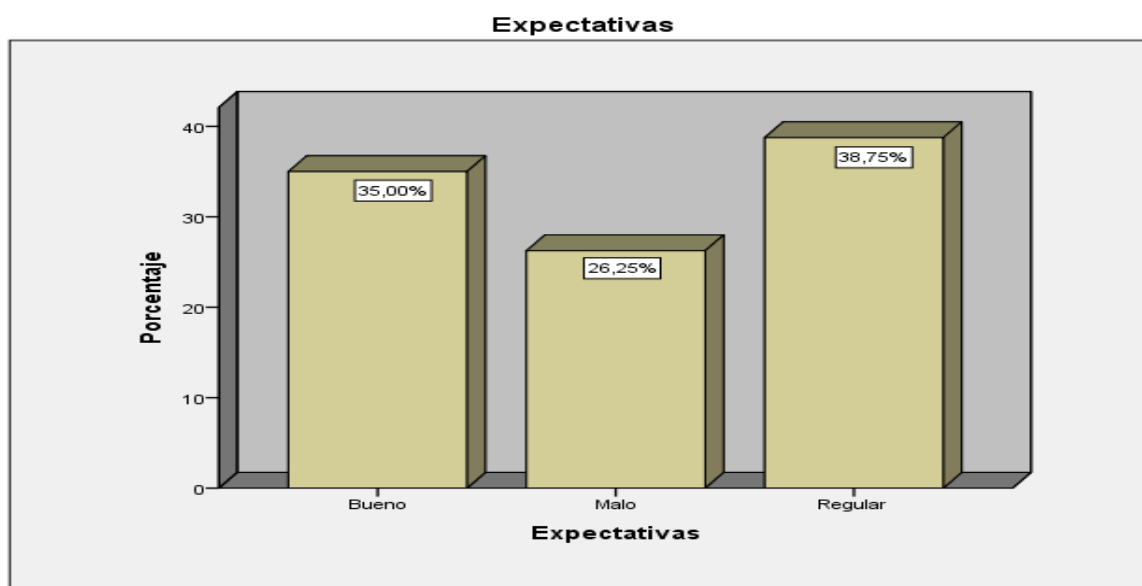
En la tabla 15 y figura 7, se observa que el 45% de los usuarios del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, el rendimiento percibido es bueno, el 46.3% es regular y el 8.8% es malo.

Tabla 16

*Niveles de expectativas Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	28	35,0	35,0	35,0
	Malo	21	26,3	26,3	61,3
	Regular	31	38,8	38,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

*Nota:* Base de dato



*Figura 9.* Niveles de expectativas

### ***Interpretación***

En la tabla, se observa que el 38,7% de los usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016 indican que las expectativas tiene un nivel regular, 35,0% nivel bueno, el 26,2% indican que tiene un nivel malo.

### 3.1. Contrastación de Hipótesis

#### Hipótesis General

H= Existe relación entre la Calidad de servicio y la Satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

La H0= No existe relación entre la Calidad de servicio y la Satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

Tabla 17

*Prueba de Spearman para la hipótesis general*

Correlaciones				
			Calidad de Servicio	Satisfacción de Usuario
Rho de Spearman	Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación	1,000	0,832**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	80	80
	Satisfacción de Usuario	Coeficiente de correlación	0,832**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	80	80

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

#### Interpretación

Siendo  $p=0,00 < 0,05$  se rechaza H0. Existen evidencias para afirmar que la calidad del servicio tiene una relación alta ( $Rho=0,832$ ), positiva y significativa ( $p < 0,05$ ) con la satisfacción del usuario.

## Prueba de hipótesis específica

### Hipótesis específica 1

H1: Existe una relación entre Elementos Tangibles y la satisfacción del usuario externo que acuden al Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

H0: No Existe una relación entre Elementos Tangibles y la satisfacción del usuario externo que acuden al Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

Tabla 18

*Prueba de Spearman para la hipótesis específica 1*

Correlaciones				
			Elementos Tangibles	Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	Elementos Tangibles	Coefficiente de correlación	1,000	0,592**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Satisfacción del Usuario	Coefficiente de correlación	0,592**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### Interpretación

Siendo  $p=0,00<0,05$  se rechaza H0. Existen evidencias para afirmar que los elementos tangible tiene una relación moderada ( $Rho=0,592$ ), positiva y significativa ( $p<0,01$ ) con la satisfacción del usuario.



## Hipótesis específica 2

H2: Existe una relación entre la Fiabilidad y satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

H0: No Existe una relación entre la Fiabilidad y satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

Tabla 19

*Prueba de Spearman para la hipótesis específica 2*

Correlaciones				
			Fiabilidad	Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,807**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Satisfacción del Usuario	Coeficiente de correlación	,807**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### **Interpretación**

Siendo  $p=0,00 < 0,05$  se rechaza H0. Existen evidencias para afirmar que la fiabilidad del tiene una relación alta ( $Rho=0,807$ ), positiva y significativa ( $p < 0,01$ ) con la satisfacción del usuario.

## Hipótesis específica 3

H3: Existe una relación entre la Capacidad de Respuesta y satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

H0: No Existe una relación entre la Capacidad de Respuesta y satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

Tabla 20

*Prueba de Spearman para la hipótesis específica 3*

Correlaciones				
		Capacidad de Respuesta		
		Satisfacción del Usuario		
Rho de Spearman	Capacidad de Respuesta	Coefficiente de correlación	1,000	0,765**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Satisfacción del Usuario	Coefficiente de correlación	0,765**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### Interpretación

Siendo  $p=0,00<0,05$  se rechaza  $H_0$ . Existen evidencias para afirmar que la capacidad de respuesta tiene una relación alta ( $Rho=0,765$ ), positiva y significativa ( $p<0,01$ ) con la satisfacción del usuario.

### Hipótesis específica 4

H4: Existe una relación entre la Seguridad y satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

H0: No Existe una relación entre la seguridad y satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

Tabla 21

*Prueba de Spearman para la hipótesis específica 4.*

### Correlaciones

		Satisfacción del Usuario	
		Seguridad	
Rho de Spearman	Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,820**
	N		80
	Satisfacción del Usuario	Coeficiente de correlación	0,820**
		Sig. (bilateral)	1,000
	N		80

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### Interpretación.

Siendo  $p=0,00<0,05$  se rechaza  $H_0$ . Existen evidencias para afirmar que la seguridad tiene una relación alta ( $Rho=0,820$ ), positiva y significativa ( $p<0,01$ ) con la satisfacción del usuario.

.

### Hipótesis específica 5

$H_5$ : Existe una relación entre la Empatía y satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

$H_0$ : No Existe una relación entre la Empatía y satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

Tabla 22

*Prueba de Spearman para la hipótesis específica 5*

Correlaciones				
			dim5	TotalV2
Rho de Spearman	dim5	Coeficiente de correlación	1,000	0,778**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	TotalV2	Coeficiente de correlación	0,778**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### Interpretación

Siendo  $p=0,00 < 0,05$  se rechaza  $H_0$ . Existen evidencias para afirmar que la empatía tiene una relación alta ( $Rho=0,778$ ), positiva y significativa ( $p < 0,01$ ) con la satisfacción del usuario.

## **IV. Discusión**

Dentro de las hipótesis presentadas, se puede inferir con un nivel de significancia de 0,05 que la Calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el “Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016”

Sometido a la prueba estadística de Rho de Spearman, se aprecia que sí existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016”, hallándose una correlación de 0.12 con un valor calculado para  $p = 0.002$  a un nivel de significancia de 0.01 (bilateral); lo cual indica que la correlación es alta.

Luego, ante las evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación. Por lo cual se concluye que:

Existe una relación positiva entre la calidad de Servicio y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016”

Con los datos obtenidos e interpretados a través de las encuestas se puede determinar que es significativo el muestreo efectuado porque la desviación de la homogeneidad es aceptable. Por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa correspondiente a: Existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, y se rechaza la hipótesis nula correspondiente a: No Existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

## **V. Conclusiones**

1. Primera. respecto al objetivo general se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la variable calidad de servicio y la Satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016. La calidad de servicio, con un grado de correlación positiva alta ( $Rho = 0,832$ ).
2. Segunda. respecto al objetivo específico 1 se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la dimensión elementos tangibles y la variable Satisfacción del usuario externo con un grado de correlación moderada ( $Rho = 0,592$ ).
3. Tercera. respecto al objetivo específico 2 se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la dimensión fiabilidad y la variable Satisfacción del usuario externo, con un grado de correlación alta ( $Rho = 0,807$ ).
4. Cuarta. respecto al objetivo específico 3 se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable Satisfacción del usuario externo con un grado de correlación alta ( $Rho = 0,765$ ).
5. Quinta. respecto al objetivo específico 4 se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la dimensión seguridad y la variable Satisfacción del usuario externo, con un grado de correlación moderada ( $Rho = 0,820$ ).
6. Sexto. respecto al objetivo específico 5 se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la dimensión empatía y la variables Satisfacción del usuario, con un grado de correlación alta ( $Rho = 0,778$ ).



## **VI. Recomendaciones**

1. Primera. Se recomienda al Vice Ministro de Salud del Ministerio de Salud, implementar políticas, procedimientos y lineamientos claros, así mismo , designado las competencias y atribuciones a las diferentes jefaturas, que contribuyan al cumplimiento de las funciones y responsabilidades de manera eficiente, que permitan mejorar la calidad de servicio de esta manera se cumpla con el logro al 100% de los objetivos de la institución.
2. Segunda. Se recomienda a la Directora Ejecutiva de Administración del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, que se debe considerar dentro del Plan Operativo (POA) la capacitación continua para mejorar aquellas actividades de comunicación por parte de los trabajadores a todo nivel y que han sido aceptables para garantizar la satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.
3. Tercera. Seguir capacitando a los trabajadores de todos los niveles: Profesionales de la Salud y No Profesionales del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos” para que continúen desarrollando su trabajo con eficiencia y eficacia, para mantener la satisfacción del usuario. ya que en el momento de aplicar los conocimientos el usuario entra en contacto con la organización y depende de esa primera impresión si se queda o no, con la organización.
4. Cuarta. Darle continuidad a los talleres de calidad del servicio a cada tres meses para lograr la satisfacción del usuario y alcanzar los objetivos y metas planteados por el Ministerio de Salud.
5. Quinta. Para garantizar una calidad de servicio Para garantizar una calidad del servicio en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, es importante implementar otras características a las ya existentes tales como responsabilidad, capacidad, prontitud, información concreta, las cuales beneficiarán garantizarán la satisfacción del usuario.

6. Para que el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016 siga alcanzando sus objetivos y metas es importante que la Dirección Ejecutiva de Administración no olvide en fortalecer periódicamente la cultura de calidad de servicio a sus colaboradores.

## **VII. Referencias**

Albrecht, K. (1996). *Gerencia del Servicio*. 4ta Edición, Colombia, Editorial Legis.

Atalaya, M. (1998) *La satisfacción en los estudiantes Universidad mayor de San Marcos facultad de ciencias administrativas*.

Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Segunda edición. México

Berry, L., Parasuraman, A. y Valaire, Zeithaml (2009). *Diversas empresas de servicio*. Sexta edición. México.

Berzelay (2010). *La comunicación como calidad de servicio al cliente*. 3ra edición. México.

Berry, L., Parasuraman, A. y Valaire, Zeithaml (2009). *Diversas empresas de servicio*. Sexta edición. México.

Berzelay (2010). *La comunicación como calidad de servicio al cliente*. 3ra edición. México.

Brooks.(1995).*Gestión del cambio en los NHS*: Mc Graw Hill.

Camisonn C. y Gonzalez t. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid Pearson Educación

Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos humanos*. Bogotá: Mc Graw Hill.

Chiavenato,I. (2011). *Introducción a la teoría general de la administración*: México: Mc Graw Hill.

Colmenares, O. (2007). *Aproximación Teórica de los modelos conceptuales de la calidad de servicio. Escuela de Administración, Facultad de ciencias Económicas y Sociales- Universidad del Zullas*

Drucker,P. (1990) *Managing* . Edición Dutton

Furnham, A. (2010). *Psicología Organizacional: El Comportamiento del individuo en la Organización*. (1ra ed.). Oxford México.

Harrington,J. (1997). *Management Siglo XXI. Administración del Mejoramiento Continuo: La Nueva Generación*. Colombia, Ediciones Mc Graw Hill.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (1996). *Metodología de la investigación*. México. Editorial McGRAW- HILL

Hodgetts y Altman (2012). *El clima de trabajo en las Organizaciones: Definiciones, diagnóstico y consecuencias*. México: Trillas. México.

Kast y Rosenzweig (2010). *Satisfacción laboral*. Sociología de la Familia. Salamanca. Editorial Sígueme S.A.

Krecch, Crutchfield y Ballachey (2011). *Actitud y las motivaciones*. Lima-Perú: Universidad del Pacífico.

Kotler, P. (1997) *Gestión de Marketing: Análisis, Planificación, Implementación y Control*: Ediciones Prentice - Hall

Kotler,P.(200). *Dirección de Marketing*: Ediciones Prentice – Hall

Kotler,P,y Gary A. (2003). *Fundamentos de Marketing*. 6ta. Edición. Pearson Education.

Kotler y Kellr (2006) Dirección de Marketing , Ediciones Pearson

Martínez, L. (2009). *Clima Organizacional*. Obtenida el 24 de setiembre de 2009, de <http://www.monografias.com/trabajos6/clior/clior.shtml> .

Olsen y Wyckoff (2011). *Calidad en los Servicios*. España: Primera edición.

Parasuraman, Y. (2012). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”. Journal Of Marketing. Vol. 49, Otoño de 1985, pp. 41-50. Processes in the Delivery of Service Quality”. Journal Of Marketing. Vol. 52, Abril de 1988. 35-48.

Pérez,J. y Merino,M.(2012) Definición de expectativa

Rodríguez, D. (2011). *El Clima de Trabajo en las Organizaciones*. Ed. Trillas, México.

Robbins, P y Coulter, M. (2014). *Administración*. México: Ed. Prentice Hall

Serna,H. y Hairo,J.(2006) Satsisdación del Cliente : 3R Editores,

Soriano,C.(2013). *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. 5ta Edición. Editorial Pax- México.

Soto, E. (2001). *Comportamiento Organizacional: Impacto de Emociones*, México: Mac Graw Hill.

Ttompkins, U. (2010). *Administración de recursos humanos*, (3ra ed.). México, Mc Gregor – Hill interamericana

Varo,J. (2010). *Gestión Estratégica en los servicios sanitarios: un modelo de Gestión Hospitalaria*. Ediciones Díaz de santos

Velásquez, R. (2010). *Clima organizacional a nivel Universitario*. México. Editorial Pretince hall.

Zeithman V. y Bitner, J. (2011). *Marketing de servicio*. 2da Edición, Fic Graw-Hill Interamericana.

Rojas Moya Jaime luís Gestión por procesos y atención al usuario en los establecimientos del Sistema Nacional de Salud - Bolivia



## **VIII. Anexos**

## **Anexo A: ARTÍCULO CIENTÍFICO**

### **1. TÍTULO**

Calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima, 2016

### **2. AUTORA.**

Bach: Gloria Asunción Figueroa Bojórquez, [asuncionfb\\_2@hotmail.com](mailto:asuncionfb_2@hotmail.com)

### **3. RESUMEN**

El trabajo de investigación presenta un estudio que planteó como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos” Lima, 2016.

Metodológicamente el estudio corresponde al tipo hipotético deductivo de investigación aplicada, nivel correlacional, enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal. La población fue de del 230 usuarios externos dl Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos” la técnica fue no probabilístico intencional. La técnica para la recolección de datos fue la encuesta, y para la recolección de datos se utilizó cuestionarios de actitudes Likert para las dos variables estudiadas.

El análisis de datos se realizó utilizando el paquete estadístico SPSS Versión 21.0 y la prueba de hipótesis se hizo mediante la correlación de Spearman.

Se llegó a la conclusión se aprecia que sí existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del usuario, hallándose una correlación de 0,672 con un valor calculado para  $p = 0.000$  a un nivel de significancia de 0,01 (bilateral); lo cual indica que la correlación es positiva. Por lo cual se concluye que: Existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

### **4. PALABRAS CLAVES**

Calidad de servicio, satisfacción del usuario, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles, rendimiento percibido, expectativas.

## 5. ABSTRACT

The research work presents a study that aimed to determine the relationship between quality of service and external user satisfaction at the National Institute of Ophthalmology "Dr. Francisco Contreras Campos" Lima, 2016.

Methodologically the study corresponds to the hypothetical type deductive applied research, correlational level, quantitative approach, non-experimental, cross-sectional design. The population was of 230 external users of the National Institute of Ophthalmology "Dr. Francisco Contreras Campos" the technique was intentional non-probabilistic. The technique for data collection was the survey, and data collection was used Likert attitudes questionnaires for the two variables studied.

Data analysis was performed using the statistical package SPSS Version 21.0 and hypothesis testing was done using the Spearman correlation.

It was concluded that there is a significant relationship between quality of service and user satisfaction, with a correlation of 0.672 with a value calculated for  $p = 0.000$  at a significance level of 0.01 (bilateral); Which indicates that the correlation is positive. Therefore, we conclude that: There is a positive relationship between quality of service and user satisfaction at the National Institute of Ophthalmology "Dr. Francisco Contreras Campos", Lima 2016.

## 6. KEYWORDS

Quality of service, user satisfaction, reliability, responsiveness, security, empathy, tangible elements, perceived performance, expectations.

## 7. INTRODUCCIÓN

En nuestro país cada día se pone más énfasis en la calidad y principalmente en la calidad de servicio. Siendo la calidad algo intangible, es necesario orientar a toda la organización hacia la importancia que tiene; todos los esfuerzos que se realicen dentro de la misma, se verán reflejados en la satisfacción del usuario logrando muchas veces sobrepasar las expectativas y percepciones del mismo.

La evaluación que tiene el usuario acerca de la organización es el reflejo de la calidad interna que tiene el Instituto Nacional de Oftalmología "Dr. Francisco Contreras Campos", es decir de su talento humano.

En este trabajo se presentan los resultados de una investigación que tuvo como propósito mostrar evidencia de la existencia de una relación estrecha entre la calidad de servicio y la *satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.*

El Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, tiene como objetivo principal, brindar servicios de salud oftalmológica de calidad, formar y desarrollar recursos humanos para la salud ocular, buscando alcanzar la satisfacción del usuario y del personal de la institución, así como el sentido de pertenencia de este último. La población del Perú ha cambiado en los últimos 20 años en cuanto a la salud Ocular, según análisis de la salud ocular, para el año 2017, la población infantil disminuirá en cuanto a la atención oftalmológica, aumentando la tasa de población económicamente activa incrementando también la tasa de jubilados y en nuestra visión en particular, aumento de problemas oftalmológicos relacionados a la edad, como son el aumento de cataratas, glaucoma, degeneración macular senil.

Durante el tiempo que he vendido laborado, en esta institución de gran prestigio con más de 70 años, de historia, hacen de nuestra institución una organización de salud con características muy especiales que han determinado la cultura de la organización.

La satisfacción del usuario externo es el indicador más utilizado y expresa un juicio de valor subjetivo de la atención recibida

Para asegurar la Calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo las instituciones de salud requieren establecer mecanismos de medición habitual de su calidad de servicio, que va ligado con la satisfacción del usuario.

Por ello esta investigación tiene como propósito diagnosticar la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario del instituto nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

## **8. METODOLOGÍA**

En la presente investigación se aplicó el método: Hipotético-Deductivo: Según Bernal (2006, p.56) consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse

con los hechos. Este método se define como el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica. El método hipotético-deductivo tiene varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

## 9. RESULTADOS

El valor de la correlación entre las dos variables es 0,832 lo que demuestra una correlación positiva alta, por ende se establece que existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016. De esta manera la hipótesis principal de la investigación es aceptada y se rechaza la hipótesis nula.

se aprecia que el valor de la correlación entre las dos variables es 0,592 lo que demuestra una correlación positiva moderada, por ende se establece que existe una relación moderada entre los Elementos tangibles y la satisfacción del usuario externo que acuden al Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016. De esta manera se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 1 de la investigación.

Se aprecia que el valor de la correlación entre las dos variables es 0,807 lo que demuestra una correlación positiva alta, por ende se establece que existe una relación entre la Fiabilidad en la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el INO, 2016. De esta manera se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 2 de investigación.

Se observa que más del 50% de los usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología indican que la capacidad de respuesta tiene un nivel regular, 33,8% nivel bueno, sólo el 13,8% indican que tiene un nivel malo.

Se observa que el 50% de los usuarios externos en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, indican que la seguridad tiene un nivel regular, 26,3% nivel bueno, sólo el 23,8% indican que tiene un nivel malo.

Se observa que el 55% de los usuarios externos en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos” Lima 2016, indican que la empatía tiene un nivel regular, 33,8% nivel bueno, sólo el 11,3% indican que tiene un nivel malo.

Se observa que el 46,3% de los usuarios indican que la satisfacción del usuario es alto, el 40.0% moderado, y el 13,8% indican que es bajo.

De la Base de Datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento de medición para la Satisfacción del Usuario aplicados a los usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología. “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

En la tabla 23 y figura 11, se observa que el 45% de los usuarios el rendimiento percibido es bueno, el 46.3% es regular y el 8.8% es malo.

En la tabla, se observa que el 38,7% de los usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, indican que las expectativas tiene un nivel regular, 35,0% nivel bueno, el 26,2% indican que tiene un nivel malo.

En la tabla, se observa que el 38,7% de los usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, indican que las expectativas tiene un nivel regular, 35,0% nivel bueno, el 26,2% indican que tiene un nivel malo.

## 10. DISCUSIÓN

Dentro de las hipótesis presentadas, se puede inferir con un nivel de significancia de 0,05 que la Calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario en el “Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016”

Sometido a la prueba estadística de Rho de Spearman, se aprecia que sí existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016”, hallándose una correlación de 0.12 con un valor calculado para  $p = 0.002$  a un nivel de significancia de 0.01 (bilateral); lo cual indica que la correlación es alta.

Luego, ante las evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación. Por lo cual se concluye que:

Existe una relación positiva entre la calidad de Servicio y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016”

Con los datos obtenidos e interpretados a través de las encuestas se puede determinar que es significativo el muestreo efectuado porque la desviación de la homogeneidad es aceptable. Por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa correspondiente a: Existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, y se rechaza la hipótesis nula correspondiente a: No Existe una relación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.

## 11. CONCLUSIONES

1. Primera. respecto al objetivo general se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la variable calidad de servicio y la Satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016. La calidad de servicio, con un grado de correlación positiva alta ( $Rho = 0,832$ ).
2. Segunda. respecto al objetivo específico 1 se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la dimensión elementos tangibles y la variable Satisfacción del usuario externo con un grado de correlación moderada ( $Rho = 0,592$ ).
3. Tercera. respecto al objetivo específico 2 se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la dimensión fiabilidad y la variable Satisfacción del usuario externo, con un grado de correlación alta ( $Rho = 0,807$ ).
4. Cuarta. respecto al objetivo específico 3 se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable Satisfacción del usuario externo con un grado de correlación alta ( $Rho = 0,765$ ).
5. Quinta. respecto al objetivo específico 4 se logró determinar que existe relación significativa ( $p= 0.000 < 0.01$ ) entre la dimensión seguridad y la variable Satisfacción del

usuario externo, con un grado de correlación moderada ( $Rho = 0,820$ ).

6. Sexto. respecto al objetivo específico 5 se logró determinar que existe relación significativa ( $p = 0.000 < 0.01$ ) entre la dimensión empatía y la variables Satisfacción del usuario, con un grado de correlación alta ( $Rho = 0,778$ ).

## 12. RECOMENDACIONES

1. Primera. Se recomienda al Vice Ministro de Salud del Ministerio de Salud, implementar políticas, procedimientos y lineamientos claros, así mismo , designado las competencias y atribuciones a las diferentes jefaturas, que contribuyan al cumplimiento de las funciones y responsabilidades de manera eficiente, que permitan mejorar la calidad de servicio de esta manera se cumpla con el logro al 100% de los objetivos de la institución.
2. Segunda. Se recomienda a la Directora Ejecutiva de Administración del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, que se debe considerar dentro del Plan Operativo (POA) la capacitación continua para mejorar aquellas actividades de comunicación por parte de los trabajadores a todo nivel y que han sido aceptables para garantizar la satisfacción del usuario externo del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016.
3. Tercera. Seguir capacitando a los trabajadores de todos los niveles: Profesionales de la Salud y No Profesionales del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos” para que continúen desarrollando su trabajo con eficiencia y eficacia, para mantener la satisfacción del usuario. ya que en el momento de aplicar los conocimientos el usuario entra en contacto con la organización y depende de esa primera impresión si se queda o no, con la organización.
4. Cuarta. Darle continuidad a los talleres de calidad del servicio a cada tres meses para lograr la satisfacción del usuario y alcanzar los objetivos y metas planteados por el Ministerio de Salud.
5. Quinta. Para garantizar una calidad de servicio Para garantizar una calidad del servicio en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016, es



importante implementar otras características a las ya existentes tales como responsabilidad, capacidad, prontitud, información concreta, las cuales beneficiarán garantizarán la satisfacción del usuario.

6. Para que el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016 siga alcanzando sus objetivos y metas es importante que la Dirección Ejecutiva de Administración no olvide en fortalecer periódicamente la cultura de calidad de servicio a sus colaboradores.

### 13. REFERENCIAS

Albrecht, K. (1996). Gerencia del Servicio. 4ta Edición, Colombia, Editorial Legis.

Atalaya, M. (1998) La satisfacción en los estudiantes Universidad mayor de San Marcos facultad de ciencias administrativas.

Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Segunda edición. México

Berry, L., Parasuraman, A. y Valaire, Zeithaml (2009). *Diversas empresas de servicio*. Sexta edición. México.

Berzelay (2010). *La comunicación como calidad de servicio al cliente*. 3ra edición. México.

Berry, L., Parasuraman, A. y Valaire, Zeithaml (2009). *Diversas empresas de servicio*. Sexta edición. México.

Berzelay (2010). *La comunicación como calidad de servicio al cliente*. 3ra edición. México.

Brooks.(1995). Gestión del cambio en los NHS: Mc Graw Hill.

Camisonn C. y Gonzalez t. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid Pearson Educación

Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos humanos*. Bogotá: Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2011). *Introducción a la teoría general de la administración*:  
México: Mc Graw Hill.

Colmenares, O. (2007). *Aproximación Teórica de los modelos conceptuales  
de la calidad de servicio. Escuela de Administración, Facultad de ciencias  
Económicas y Sociales- Universidad del Zulia*

Drucker, P. (1990) *Managing*. Edición Dutton

Furnham, A. (2010). *Psicología Organizacional: El Comportamiento del individuo en la  
Organización*. (1ra ed.). Oxford México.

Harrington, J. (1997). *Management Siglo XXI. Administración del Mejoramiento*  
Continuo: La Nueva Generación. Colombia, Ediciones Mc Graw Hill.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (1996). *Metodología de la investigación*. México.  
Editorial McGRAW- HILL

Hodgetts y Altman (2012). *El clima de trabajo en las Organizaciones: Definiciones, diagnóstico y  
consecuencias*. México: Trillas. México.

Kast y Rosenzweig (2010). *Satisfacción laboral*. Sociología de la Familia. Salamanca. Editorial  
Sígueme S.A.

Krech, Crutchfield y Ballachey (2011). *Actitud y las motivaciones*. Lima-Perú: Universidad del  
Pacífico.

Kotler, P. (1997) *Gestión de Marketing: Análisis, Planificación, Implementación y Control*:  
Ediciones Prentice - Hall

Kotler, P. (2000). *Dirección de Marketing*: Ediciones Prentice – Hall

Kotler,P.y Gary A. (2003). Fundamentos de Marketing. 6ta. Edición. Pearson Education.

Kotler y Kellr (2006) Dirección de Marketing , Ediciones Pearson

Martínez, L. (2009). *Clima Organizacional*. Obtenida el 24 de setiembre de 2009, de <http://www.monografias.com/trabajos6/clior/clior.shtml> .

Olsen y Wyckoff (2011). *Calidad en los Servicios*. España: Primera edición.

Parasuraman, Y. (2012). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*. Vol. 49, Otoño de 1985, pp. 41-50. "Processes in the Delivery of Service Quality". *Journal Of Marketing*. Vol. 52, Abril de 1988. 35-48.

Pérez,J. y Merino,M.(2012) Definición de expectativa

Rodríguez, D. (2011). *El Clima de Trabajo en las Organizaciones*. Ed. Trillas, México.

Robbins, P y Coulter, M. (2014). *Administración*. México: Ed. Prentice Hall

Serna,H. y Hairo,J.(2006) Satsidación del Cliente : 3R Editores,

Soriano,C.(2013). *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. 5ta Edición. Editorial Pax- México.

Soto, E. (2001). *Comportamiento Organizacional: Impacto de Emociones*, México: Mac Graw Hill.

Ttompkins, U. (2010). *Administración de recursos humanos*, (3ra ed.). México, Mc Gregor – Hill interamericana

Varo,J. (2010). *Gestión Estratégica en los servicios sanitarios: un modelo de Gestión Hospitalaria*. Ediciones Díaz de santos

Velásquez, R. (2010). *Clima organizacional a nivel Universitario*. México. Editorial Pretince hall.

Zeithman V. y Bitner, J. (2011). *Marketing de servicio*. 2da Edición, Fic Graw-Hill Interamericana.

Rojas Moya Jaime luís Gestión por procesos y atención al usuario en los establecimientos del  
Sistema Nacional de Salud - Bolivia

Calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en el Instituto Nacional de Oftalmología  
 “Dr. Francisco Contreras Campos “Lima, 2016”

- 1) El artículo pertenece a mi autoría compartida con los coautores
- 2) El artículo no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.
- 3) El artículo no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para alguna revista.
- 4) De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.
- 5) Si, el artículo fuese aprobado para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

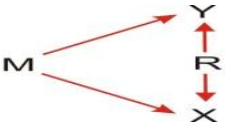
Lima, del 2017

Gloria Figueroa Bojórquez  
DNI 06934355

## Anexo B

Matriz de consistência								
Título :CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DEL USUARIO EXTERNO EN EL INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGIA “Dr. Francisco Contreras Campos” Lima, 2016								
Autor: Br. GLORIA ASUNCION FIGUEROA BOJORQUEZ								
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores					
<b>Problema General:</b> ¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?”  <b>Problemas Específicos:</b> ¿Cuál es la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?”  ¿Cuál es la relación entre la Fiabilidad y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?”  ¿Cuál es la relación entre la Seguridad y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?”  ¿Cuál es la relación entre la Seguridad y la	<b>Objetivo general:</b> Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016  <b>Objetivos específicos:</b> Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?”  Determinar la relación entre la Fiabilidad y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?”  Determinar la relación entre la Seguridad y la	<b>Hipótesis general:</b> Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Existe Francisco Contreras Campos”, Lima 2016  Hipótesis específicas: Existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016  Existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos “ Lima , 2016  Existe relación entre la seguridad y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de oftalmología	Variable 1. CALIDAD DE SERVICIO					
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos	
			Fiabilidad	Habilidad	5	Ordinal / Cuantitativo. Uso de escala de Likert: 1: Nunca 2: Casi Nunca 3: A veces 4: Casi Siempre 5: Siempre	Malo	12-16
				Confiable			Regular	17-20
				Cuidadosa			Bueno	21-26
			Capacidad de respuesta	Puntualidad	4		Malo	. 8-16
				Disposición			Regular	13-16
				Voluntad			Bueno	17-19
			Seguridad	Actitud	4			
				Factibilidad				
				Conocimiento			Malo	. 9-13
			Empatía	Certeza	4		Regular	14-17
				Confianza			Bueno	18-21
				Personalidad			Malo	.10-15
			Elementos Tangibles	Cortesía			Regular	14-17
				Compromiso			Bueno	18-21
				Instalaciones			Malo	. 8-12
				Equipos			Regular	13-16
							Bueno	17-20

¿Cuál es la relación entre la Empatía y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?  ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?	satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?  Determinar la relación entre la Empatía y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?  Determinar la relación entre los Capacidad de respuesta y y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras C” Lima 2016?	“Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016  Existe relación entre la empatía y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016  Existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”, Lima 2016		Personal			
			Variable 2: SATISFACCION DEL USUARIO				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos
			Rendimiento Percibido	Desempeño Percepción Resultado	11  6	Ordinal / Cuantitativo. Uso de escala de Likert:	Malo .11-26 Regular 27-41 Bueno 18-21
		Expectativas	Esperanza Promesa Experiencia	1: Nunca 2: Casi Nunca 3: A veces 4: Casi Siempre 5: Siempre	Malo . 8-12 Regular 13-16 Bueno 17-20		
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadística a utilizar			
Tipo:  El presente estudio será descriptivo correlacional, al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirman que la investigación correlacional asocia variables mediante un patrón	Población:  La población del presente estudio estará constituida por 230 usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Campos”	Variable 1: Calidad de servicio  Técnicas: La técnica que se usara en este estudio de investigación será la encuesta.  Instrumentos: Cuestionario  Autor : Br. Gloria Asunción Figueroa Bojorquez		DESCRIPTIVA:  Para el tratamiento de los datos de la muestra, se procesaran en el programa estadístico SPSS versión 21.0, donde elaboraremos tablas de contingencia y figuras para el análisis descriptivo, de las variables y dimensiones.			

<p>predecible para un grupo o población.</p> <p><b>Alcance</b></p> <p>Usuarios externos del Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco Contreras Camps”, Lima 2016</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>es no experimental, ya que se basará en las observaciones de los hechos en estado natural sin la intervención o manipulación del investigador.</p> <p>En la presente investigación correlacional se aplicará el siguiente diseño:</p>  <p>M: Muestra de Estudio X: Calidad de servicio Y: Satisfacción del usuario r: Correlación</p> <p><b>Método:</b></p> <p>Deductivo, inductivo, Descriptivo, Comparativo.</p>	<p><b>Tipo de muestreo:</b></p> <p>Se aplicara el método probabilístico aleatorio simple y dado que se conoce el tamaño de la población, la muestra es proporcional y se utilizara la fórmula siguiente:</p> $n = \frac{Z^2 P \cdot Q \cdot N}{\epsilon^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$ <p><b>Donde</b></p> <p><b>Z (1,96):</b> Valor de la distribución normal, para un nivel de confianza de <math>(1 - \alpha)</math></p> <p>P (0,5): Proporción de éxito.</p> <p>Q (0,5): Proporción de fracaso (<math>Q = 1 - P</math>)</p> <p>□ (0,05): Tolerancia al error</p> <p>N(230) Tamaño de la población</p> <p>n (80) Tamaño de la muestra.</p> <p><b>Tamaño de muestra:</b></p> <p>80 usuarios externos</p>	<p>Año: 2016</p> <p>Monitoreo: 20 minutos</p> <p>Ámbito de Aplicación: Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco contreras Campos”, Lima 2016</p> <p>Forma de Administración: Individual</p> <hr/> <p><b>Variable 2:</b> Satisfacción del usuario</p> <p><b>Técnicas:</b> La técnica que se usara en este estudio de investigación será la encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b> Cuestionario</p> <p>Autor : Br. Gloria Asunción Figueroa Bojorquez</p> <p>Año: 2016</p> <p>Monitoreo: 20 minutos</p> <p>Ámbito de Aplicación: Instituto Nacional de Oftalmología “Dr. Francisco contreras Campos”, Lima 2016</p> <p>Forma de Administración: Individual</p>	<p><b>INFERENCIAL:</b></p> <p>En lo referente a la contrastación de las hipótesis, utilizaremos el estadístico de correlación de Spearman, con un nivel de confianza de 95% y una significancia bilateral de 5% = 0.05.</p> <p>Los resultados obtenidos a partir de la muestra empírica constituida por 236 trabajadores, podrán ser generalizados al resto de la población, dado que ambas tienen las mismas características y propiedades.</p>
--	---	---	--



## Anexo C

## CUESTIONARIO

Estimado (a) usuario, con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la calidad de servicio en nuestro Instituto Nacional de Oftalmología Dr. Francisco Contreras Campos, para lo cual le solicitamos su colaboración, respondiendo todas las preguntas. Los resultados nos permitirán proponer sugerencias para mejorar la calidad de servicio en nuestra organización. Marque con una (X) la alternativa que considera pertinente en cada caso

## ESCALA VALORATIVA

CÓDIGO	CATEGORÍA	
S	Siempre	5
CS	Casi siempre	4
AV	A veces	3
CN	Casi nunca	2
N	Nunca	1

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO						
	<b>DIMENSION: ELEMENTOS TANGIBLES:</b> Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.	5	4	3	2	1
1	El Instituto Nacional de oftalmología cuenta con un equipamiento de aspecto moderno					
2	Las instalaciones físicas del Instituto Nacional de Oftalmología , son visualmente atractivas					
3	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología , tienen buena presencia					
4	En el Instituto Nacional de oftalmología, existe material suficiente, (folletos o comunicados) visualmente atractivo y que den información del servicio.					
	<b>DIMENSION FIABILIDAD:</b> Habilidad para ejecutar el Servicio prometido de forma Fiable y Cuidadosa, tales como: eficiencia, eficacia, efectividad,	5	4	3	2	1
05	El Instituto Nacional de Oftalmología cumple con la prestación de servicio programada					
06	Cuando Ud. tiene un problema el Instituto Nacional de Oftalmología , muestra interés sincero por solucionarlo					
07	El Instituto Nacional de Oftalmología , lleva a cabo la atención de servicio en el orden adecuado					
08	El Instituto Nacional de Oftalmología, lleva a cabo sus atenciones en el momento que promete.					
09	El Instituto Nacional de Oftalmología , tiene cuidado en el registro de información de los usuarios					
	<b>DIMENSION SEGURIDAD</b> como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza	5	4	3	2	1
10	El comportamiento de los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología le inspira confianza					
11	Se siente seguro con su atención oftalmológica					
12	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología, suelen ser corteses con usted.					
13	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología, tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas					
	<b>DIMENSION EMPATIA:</b> la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus usuarios.	5	4	3	2	1
14	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología , comprenden sus					

	necesidades específicas					
15	El Instituto Nacional de oftalmología , le proporciona horarios convenientes para los usuarios					
16	El Instituto Nacional de Oftalmología cuenta con empleados que le proporcionan una atención personalizada					
17	El Instituto Nacional de Oftalmología, se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.					
18	Los Profesionales de la Salud del Instituto Nacional de Oftalmología, se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.					
	<b>DIMENSION CAPACIDAD DE RESPUESTA : Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
19	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología , tienen buena disposición cuando usted requiere de algún servicio					
20	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología , le proporcionan un servicio rápido					
21	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología , siempre están dispuestos a ayudarlo					
22	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología, nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.					
<b>VARIABLE 2: SATISFACCION DEL USUARIO</b>						
	<b>DIMENSION RENDIMIENTO PERCIBIDO :Desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el usuario considera haber obtenido luego de adquirir un servicio</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1	Los Equipos oftalmológicos del Instituto Nacional de Oftalmología son de última generación.					
2	Le agrada el servicio donde has sido atendido					
3	Los empleados del Instituto Nacional de oftalmología visten agradablemente					
4	Los materiales de difusión están en buenas condiciones					
5	El Instituto Nacional de Oftalmología cumple lo que promete					
6	El Instituto nacional de Oftalmología respeta su privacidad en la atención.					
7	En el Instituto Nacional de Oftalmología, la atención empieza a la hora oportuna.					
8	Se sientes seguro cuando estas en el Instituto Nacional de Oftalmología					
9	Los médicos del Instituto Nacional de Oftalmología le dan confianza					
10	La atención en el Instituto Nacional de Oftalmología es personalizada..					
11	El personal del Instituto Nacional de Oftalmología comprende su situación de salud ocular.					
	<b>DIMENSION LAS EXPECTATIVAS</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
12	Confía en el Personal Médico del Instituto Nacional de Oftalmología					
13	Existe compromiso de los empleados en su atención					
14	Tiene la esperanza de que mejore su salud ocular en el Instituto Nacional de Oftalmología					
15	Cree que la atención en el Instituto Nacional de Oftalmología es rápida.					
16	El Instituto Nacional de Oftalmología se adapta a sus necesidades.					
17	Recomendaría al Instituto Nacional de Oftalmología					

Lima, 4 de noviembre 2016

**¡Muchas gracias!**

## **Anexo D: Ficha técnica de cada instrumento**

### **Instrumento para medir la Calidad de servicio**

#### **Ficha Técnica**

##### **Datos generales**

Título:	Cuestionario sobre la Calidad de servicio
Autor:	Br. Gloria Asunción Figueroa Bojórquez
Procedencia:	Lima – Perú, 2016
Objetivo:	Describir las características de la variable Calidad de servicio en el Instituto Nacional de Oftalmología.
Administración:	Individual
Duración:	15 minutos
Significación:	El cuestionario está referido a determinar la relación entre Calidad de Servicio y la variable Satisfacción del usuario.
Estructura:	La escala consta de 22 ítems, con 05 alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert, como: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y siempre (5). Asimismo, la escala está conformada por 05 dimensiones, donde los ítems se presentan en forma de proposiciones con dirección positiva y negativa sobre la variable Calidad de servicio.

## **Instrumento para medir la Satisfacción del usuario**

### **Ficha Técnica**

#### **Datos generales**

Título:	Cuestionario sobre la Satisfacción del usuario
Autor:	Br. Gloria Asunción Figueroa Bojórquez
Procedencia:	Lima – Perú, 2016
Objetivo:	Describir las características de la variable Satisfacción del usuario en el Instituto Nacional de Oftalmología.
Administración:	Individual
Duración:	10 minutos
Significación:	El cuestionario está referido a determinar la relación entre Calidad de Servicio y la variable Satisfacción del usuario.
Estructura:	La escala consta de 17 ítems, con 05 alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert, como: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5). Asimismo, la escala está conformada por 05 dimensiones, donde los ítems se presentan en forma de proposiciones con dirección positiva y negativa sobre la variable Calidad de servicio.

Anexo E



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SATISFACCION DEL USUARIO

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSION 1 : RENDIMIENTO PERCIBIDO							
1	Los Equipos oftalmológicos del Instituto Nacional de Oftalmología son de última generación.	✓		✓		✓		
2	Le agrada el servicio donde has sido atendido	✓		✓		✓		
3	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología visitan agradablemente	✓		✓		✓		
4	Los materiales de difusión están en buenas condiciones	✓		✓		✓		
5	El Instituto Nacional de Oftalmología cumple lo que promete	✓		✓		✓		
6	El Instituto Nacional de Oftalmología respeta la privacidad en la atención.	✓		✓		✓		
7	En el Instituto Nacional de Oftalmología, la atención empieza a la hora oportuna.	✓		✓		✓		
8	Se sientes seguro cuando estas en el Instituto Nacional de Oftalmología	✓		✓		✓		
9	Los médicos del Instituto Nacional de Oftalmología le dan confianza	✓		✓		✓		
10	La atención en el Instituto Nacional de Oftalmología es personalizada.	✓		✓		✓		
11	El personal del Instituto Nacional de Oftalmología comprende su situación de salud ocular.	✓		✓		✓		
10	El comportamiento de los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología le inspira confianza	✓		✓		✓		
11	Se siente seguro con su atención oftalmológica	✓		✓		✓		
12	DIMENSION 2 : EXPECTATIVAS							
12	Confía en el Personal Médico del Instituto Nacional de Oftalmología	✓		✓		✓		
13	Existe compromiso de los empleados en su atención	✓		✓		✓		
14	Tiene la esperanza de que mejore su salud ocular en el Instituto Nacional de Oftalmología	✓		✓		✓		
15	Cree que la atención en el Instituto Nacional de Oftalmología es rápida.	✓		✓		✓		
16	El Instituto Nacional de Oftalmología se adapta a sus necesidades.	✓		✓		✓		
17	Recomendaría al Instituto Nacional de Oftalmología	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: ☒ Aplicable ☐ No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. Sabatini Sánchez Díaz DNI: 984802

Especialidad del validador: Dr. en Educación

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se enlinda sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.  
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

... de ... del 2017

Firma del Excmo. Informante

DIMENSIÓN 5 CAPACIDAD DE RESPUESTA					
		Si	No	Si	No
19	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología, tienen buena disposición cuando usted requiere de algún servicio	✓		✓	
20	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología, le proporcionan un servicio rápido	✓		✓	
21	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología, siempre están dispuestos a ayudarlo	✓		✓	
22	Los empleados del Instituto Nacional de Oftalmología, nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.	✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: ☒ Aplicable ☐ No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Saaharaj Sánchez Díaz DNI: 09834807

Especialidad del validador: Dr. en educación

21 de 01 del 2012

- <sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

## Anexo F



DECENIO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÚ  
AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DEL MAR DE GRAU

Lima, 02 de noviembre del 2016

CARTA N° 186 -2016-DG/INO

Señora  
GLORIA ASUNCION FIGUEROA BOJORQUEZ  
Presente

Asunto : Desarrollo de Trabajo de Investigación (Tesis)  
Ref. : Documento de fecha 31 de octubre del 2016


De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a usted para saludarla y manifestarle que habiendo recepcionado el documento de la referencia, en la que hace de conocimiento que es estudiante del Programa de Maestría en Gestión Pública de la Universidad Privada "César Vallejo" y solicita autorización para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario Externo en el Instituto Nacional de Oftalmología "Dr. Francisco Contreras Campos" Lima, 2016".

En tal sentido, esta Dirección General le brinda la debida autorización para desarrollar el mencionado trabajo de investigación.

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente,

  
DRA. MALESA TOHIHAMA FERNÁNDEZ  
DIRECTORA GENERAL  
INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGÍA  
Dr. Francisco Contreras Campos  
INSTITUTO DE GESTIÓN DE SERVICIOS DE SALUD  
D.L.M. 27020 R.M.R. 14994

MTF/cap

Av. Tingo María 398  
Cercado de Lima, Lima 01, Perú  
Central Telefónica (511) 202-9050  
Fax (511) 367 1124  
Mail: ino@ino.org.pe

## Anexo G :base de datos

BASE DE DATOS																	
P22	V2P1	V2P2	V2P3	V2P4	V2P5	V2P6	V2P7	V2P8	V2P9	V2P10	V2P11	V2P12	V2P13	V2P14	V2P15	V2P16	V2P17
4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3
3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4
1	4	4	5	3	4	5	1	4	4	1	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3
3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5
3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2
4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3
4	3	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4
4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2
5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4
4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	3
3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3	5	3	3	5
3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4
3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4
1	5	3	4	2	5	1	5	3	1	4	2	5	3	1	4	2	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	1	4
4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
3	1	2	1	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
3	4	5	3	3	3	3	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	3	3	5	2	3	3	4	4	5	3	3	4
4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4
3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
2	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2
4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4
2	2	3	3	2	3	1	1	2	3	2	2	2	2	5	2	2	2



n°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
58	3	3	3	2	4	5	4	3	3	3	5	4	3	4	3	3	1	1	3	3	3
59	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	5	4	3	4	3	1	4	4	4	4	3
60	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
61	3	3	4	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	5
62	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3
63	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
64	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
65	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
66	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3
67	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
68	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3
69	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
70	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5
71	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
72	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
73	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4
74	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
75	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
76	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4
77	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
78	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4
79	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	3	4	5
80	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5

BASE DE DATOS

n°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
2	4	3	4	4	3	5	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3
3	4	4	4	2	5	2	4	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	5	5
4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
5	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4
6	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
7	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
8	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
9	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4
10	3	2	4	4	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3
11	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4
12	5	3	3	2	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
13	5	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2
14	3	2	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
15	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
16	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
17	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
18	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
19	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
20	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
21	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
22	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3
23	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3
24	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
25	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3
26	4	2	3	5	1	5	4	2	5	5	2	4	3	5	2	4	4	5	5	2	4
27	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
28	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4
29	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4
30	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5
31	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	4
33	4	3	3	3	2	5	4	5	5	4	5	4	4	2	5	3	3	3	4	4	5
34	4	3	4	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	2	3	1	2	2	4	3	3
35	5	1	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
36	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
37	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
38	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
39	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
40	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
41	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3
42	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
43	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
44	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
45	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
46	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4
47	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3
48	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2
49	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3
50	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3
51	4	5	4	5	4	3	2	2	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4
52	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3
53	4	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
54	4	3	3	2	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4
55	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
56	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
57	2	2	2	2	3	5	2	2	2	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2

P22	V2P1	V2P2	V2P3	V2P4	V2P5	V2P6	V2P7	V2P8	V2P9	V2P10	V2P11	V2P12	V2P13	V2P14	V2P15	V2P16	V2P17
3	4	5	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	3	2	5
3	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
3	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5
2	3	3	4	2	2	3	4	3	3	3	2	3	2	4	2	2	3
3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4
3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3
5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4



**ESCUELA DE POSTGRADO**

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE LOS  
TRABAJOS ACADÉMICOS DE LA UCV**

Yo, Sebastián Sánchez Díaz, docente de la Escuela de Postgrado de la UCV y revisor del trabajo académico titulado "Calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en el Instituto Nacional de Oftalmología Dr. Francisco Contreras Campos "Lima, 2016, del estudiante: Gloria Asunción Figueroa Bojorquez; y habiendo sido capacitado e instruido en el uso de la herramienta Turnitin, he constatado lo siguiente: Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud constato 11% verificable en el reporte de originalidad del programa turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la universidad César Vallejo.

Lima, 21 de enero del 2017



---

**Sebastián Sánchez Díaz**

DNI: 09834807



Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario Externo  
en el Instituto Nacional de Oftalmología  
"Dr. Francisco Contreras Campos" Lima 2016

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA

**AUTOR:**

Br. Figueroa Bojórquez Gloria Asunción

**ASESOR:**

Dr. Sebastián Sánchez Díaz

**SECCIÓN**

Ciencias Empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Administración del Talento Humano

Resumen de coincidencias

11 %

Se están viendo fuentes estándar

EN Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

11		
1	www.cyta.com.ar Fuente de Internet	5 % >
2	Entregado a Tecsup Trabajo del estudiante	3 % >
3	es.slideshare.net Fuente de Internet	3 % >





## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

FIGUEROA BAJORQUEZ, GLORIA ASUNCION

D.N.I. :

069343155

Domicilio :

Jr. SANTA ROSA 191-COMAS

Teléfono :

Fijo : 524-12-84

Móvil :

977 558-834

E-mail :

asuncionfb\_2@hotmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☐ Tesis de Pregrado

Facultad :

Escuela :

Carrera :

Título :

☒ Tesis de Post Grado

☒ Maestría

Grado :

Mención :

MAESTRA

GESTION PUBLICA

☐ Doctorado

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es):

FIGUEROA BAJORQUEZ, GLORIA ASUNCION

Título de la tesis:

Calidad de Servicios y Satisfacción del  
Usuario externo en el Instituto Nacional de  
Psiquiatría y Psicología "Dr. Francisco Contreras  
Correos" Lima, 2016

Año de publicación :

2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte,  
a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Gloria Figueroa B.

Fecha :

27.06.2018

1226-17



ESCUELA DE POSTGRADO  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## FORMATO DE SOLICITUD

### SOLICITA:

VºBº PARA EMPASTADO  
DE TESIS.

ESCUELA DE POSGRADO

### ATENCIÓN:

(Nombre del responsable de la oficina)

G/DA ASUNCIÓN FIGUEROA BJORQUEZ

con DNI N° 06934355

(Nombres y apellidos del solicitante)

(Número de DNI)

domiciliado (a) en JR. SANTA ROSA 191- Urb. Se. de los ALAGROS - COMAS

(Calle / Lote / Mz. / Urb. / Distrito / Provincia / Región)

ante Ud. con el debido respeto expongo lo siguiente:

Que en mi condición de alumno de la promoción: 20151 del programa: MAESTRIA

(Promoción)

(Nombre del programa)

EN GESTIÓN PÚBLICA

identificado con el código de matrícula N° 6000153322

(Código de alumno)

de la Escuela de Postgrado, recorro a su honorable despacho para solicitarle lo siguiente:

VºBº PARA EL EMPASTADO DE MI TESIS.

(Explique con claridad)

Por lo expuesto, agradeceré ordenar a quien corresponde se me atienda mi petición por ser de justicia.

Lima, 15 de Julio de 2017

ASUNCIÓN FIGUEROA B

(Firma del solicitante)

Documentos que adjunto:

- a. COPIA R. D N° 0517-2017-UCV-L-EPE  
b. ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD  
c. TURN ITIN - COPIA DE SIMILITUD  
d. ....

Cualquier consulta por favor comunicarse conmigo al:

Teléfonos: 977 558 834  
Email: asuncion.f.b.2@hstmael.com



15/07/17